



Universidad
Carlos III de Madrid

Departamento de teoría de la señal y comunicación

PROYECTO FIN DE CARRERA

Las redes sociales corporativas y su implantación en las empresas

Autor: Miguel Alcolea Sánchez

Tutora: Raquel Pérez Leal

Leganés, Septiembre de 2014



Título: LAS REDES SOCIALES CORPORATIVAS Y SU IMPLANTACIÓN EN LAS EMPRESAS

Autor: MIGUEL ALCOLEA SÁNCHEZ

Director: RAQUEL PÉREZ LEAL

EL TRIBUNAL

Presidente: Víctor P. Gil Jiménez

Vocal: Florina Almenares Mendoza

Secretario: Juan Santaella Vallejo

Realizado el acto de defensa y lectura del Proyecto Fin de Carrera el día 24 de Septiembre de 2014 en Leganés, en la Escuela Politécnica Superior de la Universidad Carlos III de Madrid, acuerda otorgarle la CALIFICACIÓN de

VOCAL

SECRETARIO

PRESIDENTE



Agradecimientos

Cuando iba a empezar a escribir, no tenía mucha idea de cómo empezar, pero al mirar atrás y pensar en todos aquellos a quienes quieres dar las gracias, a quienes crees que debes una parte de esto, se siente una gran satisfacción.

Porque a pesar de lo difícil o agotador que haya podido resultar en algunos momentos entre todos habéis conseguido que mereciera la pena y que los recuerdos buenos sean los que prevalezcan.

Gracias, en primer lugar, y especialmente a mis padres y a mis hermanos, quienes me han enseñado todo lo que sé, en general a toda mi familia, por la paciencia, por el apoyo, por haber confiado siempre en mí. Sin todo su apoyo nunca hubiera sido posible.

Gracias a mis amigos de Madrid y alrededores, que aunque no han estado aquí en el día a día han sabido apoyarme cuando ha sido necesario.

Gracias a mi tutora, Raquel Pérez Leal, por acompañarme en esta última etapa, y por su dedicación.

Gracias a los que primero fueron compañeros de clase, y con el paso del tiempo grandes amigos. Por todos esos buenos momentos y no tan bueno que pasamos juntos. Mi mejor recuerdo universitario sois vosotros.

En fin, gracias a todos los que habéis hecho que todo esto sea posible y habéis intentado que lo lleve de forma más amena. Podría nombraros a todos, pero sabéis de sobra quiénes sois.

Gracias a todos por haber hecho que todo fuera más sencillo.



Resumen

En la actualidad, se está ampliando el uso de las redes sociales a nivel personal. Ejemplos de este uso son Facebook con 1.100 millones de usuarios y traducciones a 110 idiomas, Twitter con 500 millones de usuarios o redes de contenido específicos como Flickr e Instagram, con más de 200 millones de usuario. El entorno empresarial no está aislado de esta nueva corriente de comunicación, por lo que cada vez más empresas apuestan por implementar Redes Sociales Corporativas para sus empleados.

El objetivo fundamental del presente proyecto fin de carrera es definir un proyecto de implantación de una solución de Red Social Corporativa (RSC) para una empresa, atendiendo a las necesidades específicas de apariencia, estructura y funcionalidades que la compañía necesita.

Para conseguir el objetivo buscado, inicialmente se describe el contexto de las Redes Sociales Corporativas y se realiza un análisis comparativo de las distintas soluciones de redes sociales corporativas más completas del mercado. Como consecuencia de ello, se ha elegido la solución que mejor se adecua a las necesidades que plantea la empresa.

A continuación, a partir de dicha solución, se ha planificado y estructurado el proyecto de la implantación de la RSC concreta, utilizando una metodología de gestión de proyecto estándar. El proyecto de implantación tiene en cuenta la configuración del entorno que incluye la migración de datos, la creación de usuarios, el estudio de sincronización, la puesta en producción de los distintos componentes de infraestructura necesarios para la herramienta y, por último los desarrollos de funcionalidades específicas sobre la solución elegida.

Además se contempla el proceso de post-venta, de cara asegurar el éxito del proyecto, marcado por un modelo formativo completo y el servicio de atención al usuario. Por último, se incluye una herramienta de business intelligence, para demostrar la mejora de la productividad y el uso colaborativo que se daría a la red social para una mejora del conocimiento colectivo. También se estudia el retorno de la inversión del proyecto en el primer año.

Como conclusión global, se indica que el éxito de implantación no sólo reside en la tecnología sino también en una gestión del cambio satisfactoria.

Palabras clave: red social, corporativa, inteligencia de negocio, proyecto, implantación, análisis, mercado, post-venta.



Abstract

Nowadays social networks are expanding on a personal level. Examples of this usage are 1,100 million Facebook users and translations into 110 languages, 500 million Twitter users or specific content networks like Flickr and Instagram, with more than 200 million users. The business environment is not isolated from this new wave of communication, so an increasing number of companies deploy Corporate Social Networks for their employees.

The main objective of this final project is to define a project to implement a solution to Social Network Corporate (SNC) for a company, according to their specific needs of look and feel, structure and functionality.

To get its purpose, initially it is described the context of Enterprise Social Networks and we made a comparative analysis of the more complete enterprise social networking market solutions. Consequently, we have chosen the chosen.

Then, it is planned and structured the project implementation based on this concrete RSC solution, using a standard methodology for project management. The implementation project takes into account the configuration of the environment that includes data migration, creating users, the study of synchronization, the start of production of the various infrastructure components necessary for the tool and finally, the specific functionality development.

In addition, the post-sale process has been considered, in order to ensure project success, it includes a complete training model and the customer service. Finally, a business intelligence tool is included to demonstrate the improvement of productivity. Moreover, to show the collaborative use given to the social network for enhancing the collective knowledge. The ROI of the project in the first year is also presented.

As an overall conclusion, it is indicated that successful implementation lies not only in technology but also in a successful change management.

Keywords: social network, corporate, business intelligence, project implementation, analysis, market, post-sale.



Índice general

| | |
|--|-----------|
| AGRADECIMIENTOS | III |
| RESUMEN | IV |
| ABSTRACT | V |
| ÍNDICE GENERAL | VI |
| ÍNDICE DE FIGURAS | VIII |
| ÍNDICE DE TABLAS | IX |
| CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS | 1 |
| 1.1 INTRODUCCIÓN | 1 |
| 1.2 OBJETIVOS | 1 |
| 1.3 FASES DEL DESARROLLO | 2 |
| 1.4 MEDIOS EMPLEADOS..... | 3 |
| 1.5 ESTRUCTURA DE LA MEMORIA..... | 3 |
| CAPÍTULO 2. ANÁLISIS DE LAS RRSSCC | 5 |
| ¿QUÉ SON LAS REDES SOCIALES CORPORATIVAS?..... | 5 |
| 2.1 REQUISITOS GENERALES DE LAS REDES SOCIALES CORPORATIVAS | 6 |
| 2.2 HISTORIA DE LAS RRSSCC | 8 |
| 2.3 VISIÓN GLOBAL DE LAS SOLUCIONES DEL MERCADO DE LAS RRSSCC EN LA ACTUALIDAD | 10 |
| 2.4 COMPARATIVAS DE LAS SOLUCIONES DE RRSSCC | 13 |
| 2.4.1 <i>Situación del mercado actual</i> | 13 |
| 2.4.2 <i>Comparativa de soluciones del mercado</i> | 13 |
| CAPÍTULO 3. PROYECTO DE IMPLANTACIÓN DE UNA RSC | 25 |
| 3.1 ALCANCE | 25 |
| 3.2 DESCRIPCIÓN GENERAL DEL SERVICIO | 26 |
| 3.2.1 <i>Características destacadas</i> | 26 |
| 3.3 DESCRIPCIÓN DE LA SOLUCIÓN | 27 |
| 3.3.1 <i>Solución general</i> | 27 |
| 3.3.2 <i>Solución particularizada</i> | 30 |
| 3.4 IMPLANTACIÓN | 31 |
| 3.4.1 <i>Toma de datos inicial</i> | 31 |
| 3.5 FUNCIONALIDADES CUBIERTAS POR ZYNCR0 | 33 |
| 3.6 DESARROLLOS ADDHOC | 35 |
| 3.7 DESCRIPCIÓN DE LA ESTRUCTURA Y LAS FASES DEL PROYECTO | 36 |
| 3.7.1 <i>WBS</i> | 36 |
| 3.7.2 <i>Fases del proyecto</i> | 37 |
| <i>Transición del servicio</i> | 37 |
| <i>Migración de los datos</i> | 39 |
| 3.7.3 <i>Duración total del proyecto</i> | 40 |



| | | |
|--|--|-----------|
| 3.8 | DAFO DEL PROYECTO | 41 |
| 3.9 | GESTIÓN DEL CAMBIO | 42 |
| 3.10 | DIAGRAMA DE GANTT | 44 |
| 3.11 | EQUIPOS DE TRABAJO..... | 45 |
| 3.11.1 | <i>Equipo de trabajo propuesto por la solución elegida.....</i> | 45 |
| 3.11.2 | <i>Equipo de trabajo estimado a aportar por Techsocial</i> | 45 |
| 3.12 | PRESUPUESTO | 46 |
| 3.13 | NUEVOS DESARROLLOS | 47 |
| CAPÍTULO 4. PROYECTO DE SERVICIOS POST-VENTA..... | | 48 |
| 4.1 | PLAN DE FORMACIÓN | 48 |
| 4.1.1 | <i>MODELO DE FORMACIÓN</i> | 49 |
| 4.1.2 | <i>PLAN DE FORMACIÓN</i> | 50 |
| 4.1.3 | <i>PUESTA DISPOSICIÓN DE TUTORIALES</i> | 51 |
| 4.1.4 | <i>FORMACIÓN PRESENCIAL.....</i> | 52 |
| 4.2 | SERVICIOS DE SOPORTE Y MANTENIMIENTO POSTVENTA | 52 |
| 4.2.1 | <i>Mantenimiento software de fabricante</i> | 52 |
| 4.2.2 | <i>SopORTE y monitorización</i> | 53 |
| 4.2.3 | <i>Service Desk.....</i> | 53 |
| 4.3 | PRESUPUESTO | 55 |
| 4.4 | ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA IMPLANTACIÓN | 55 |
| 4.4.1 | <i>Análisis de utilización</i> | 55 |
| 4.4.2 | <i>ROI estimado.....</i> | 58 |
| CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES | | 60 |
| GLOSARIO | | 63 |
| REFERENCIAS | | 65 |



Índice de figuras

| | |
|---|----|
| Ilustración 1: Redes sociales que han dado paso a otras de entornos corporativos | 1 |
| Ilustración 2: “ADN Social (2)” | 5 |
| Ilustración 3: Conjunto de Redes Social de temas generales y radio&música [2]..... | 9 |
| Ilustración 4: Conjunto de Redes Social de vídeo&foto [2] | 9 |
| Ilustración 5: Comparativa modelo tradicional y modelo 2.0..... | 10 |
| Ilustración 6: Amalgama de todas las soluciones y fusiones del mercado. (Fuente DZNet [3])..... | 11 |
| Ilustración 7: Cuadro de situación de las tecnologías (Fuente: ZDNet [4])..... | 12 |
| Ilustración 8: Capturas apariencia de Yammer | 18 |
| Ilustración 9: Integraciones básicas de Yammer | 18 |
| Ilustración 10: Captura del sistema de análisis de datos de Yammer | 20 |
| Ilustración 11: Distribución de los nodos de Zyncro | 27 |
| Ilustración 12: Certificaciones de seguridad | 30 |
| Ilustración 13: Buenas prácticas ITIL | 30 |
| Ilustración 14: Modelo de trabajo en las comunidades | 33 |
| Ilustración 15: Duración total del proyecto..... | 40 |
| Ilustración 16: Roadmap de las formaciones | 51 |
| Ilustración 17: Diagrama que representa el flujo de una petición/incidencia | 54 |
| Ilustración 18: Análisis Inicial | 56 |
| Ilustración 19: Análisis de los mensajes publicados | 56 |
| Ilustración 20: Análisis interacciones publicadas | 57 |
| Ilustración 21: Análisis Interacciones por dispositivo | 57 |



Índice de tablas

| | |
|---|----|
| Tabla 1: Fortalezas y debilidades IBM Connections | 15 |
| Tabla 2: Cuadro resumen de las características de tecnología y seguridad de IBM | 16 |
| Tabla 3: Características integraciones Yammer | 19 |
| Tabla 4: Puntuación por características de cada solución | 23 |
| Tabla 5: DAFO del proyecto | 41 |
| Tabla 6: Desglose de los trabajos a realizar. | 46 |
| Tabla 7: Desglose concepto Formación | 55 |
| Tabla 8: ROI del proyecto | 58 |
| Tabla 9: Coste de inversión | 59 |

Capítulo 1

Introducción y objetivos

1.1 Introducción

En los últimos años ha habido un avance de las tecnologías de la información y comunicaciones, obteniendo como resultado, la aparición de nuevos servicios de comunicación a nivel corporativo. Esto se ha sumado al uso que damos a nivel personal de este tipo de soluciones de comunicación como Facebook, Twitter ya instauradas en gran parte de la sociedad. La creciente demanda de estos nuevos servicios, ha hecho que las operadoras de telecomunicaciones y los grandes fabricantes de software como Microsoft o Google pongan su interés en el desarrollo de las comunicaciones corporativas.

Se ha realizado un estudio exhaustivo de las soluciones del mercado y un proyecto de implantación en una empresa ficticia.



Ilustración 1: Redes sociales que han dado paso a otras de entornos corporativos

1.2 Objetivos

El objetivo fundamental del proyecto es el de elegir y definir un proyecto para implantar una solución de Red Social Corporativa en una empresa, atendiendo a las necesidades específicas de apariencia, estructura y funcionalidades que la compañía necesita.

En base a ese objetivo principal, se proponen los siguientes objetivos parciales:

- Definir el estado actual del mercado de las RRSS y RRSSCC. Elegir la solución de RRSSCC más adecuada para el proyecto.
- Demostrar el retorno de la inversión del proyecto.
- Aumentar la productividad global de los empleados.



1.3 Fases del desarrollo

A continuación se detallan las diferentes fases del proyecto que se irán abordando en cada capítulo del mismo. En las cuales se detalla la metodología seguida.

- Fase Inicial: Estudio de las soluciones más completas del mercado en Redes Sociales Coporativas.

Se ha realizado una labor de investigación de los diversos fabricantes de RRSSCC analizado exhaustivamente sus herramientas, este análisis ha sido realizado mediante la información contenida en sus páginas webs y otras fuentes de internet.

Comparando todas las soluciones se ha elegido la herramienta más adecuada a las necesidades de la empresa.

- Fase de Implantación:

Se planifica el proyecto basándonos en las necesidades de la empresa ficticia TechSocial y su casuística, se ha propuesto una solución mejor a la que actualmente tienen, lo que conlleva un proceso de migración, customización, configuración y realización de desarrollos para adecuar la solución a los requerimientos de dicha empresa. Se presenta la estructura de desagregación, descripción de las fases y actividades de la implantación y por último el diagrama de Gantt que muestra la temporalidad de las fases.

- Fase de Post-venta:

Se ha propuesto una formación específica para asegurar el éxito de la solución implantada, para estudiar dicho éxito se da la posibilidad de analizar mediante inteligencia de negocio las interacciones de los usuarios, la herramienta usada ha sido Qlickview, este análisis nos permitirá plasmar reportes para defender la inversión realizada. También se detallan en esta fase los distintos tipos de mantenimiento a los que se tendrán disponibilidad.



1.4 Medios empleados

A continuación se describen los elementos que han sido necesarios para la elaboración del PFC:

Hardware:

1. Ordenador portátil, Intel Pentium 2,3 Ghz, 2 Gb de RAM con sistema operativo Windows 7 Ultimate.

Software:

2. Paquete de office 2010.

Fuentes de información:

3. Internet para el análisis y comparativa de las soluciones del mercado.
4. Recursos internos disponibles en mi actual puesto de trabajo.

1.5 Estructura de la memoria

Para facilitar la lectura de la memoria, se incluye a continuación un breve resumen de cada capítulo.

Capítulo 2. Análisis de las Redes Sociales Corporativas.

En este capítulo se pretende hacer ver la evolución de la última década a nuestros días, hasta contemplar la necesidad de las RRSSCC (Empresa Social Network, ESN). Analizaremos las características de las soluciones softwares para ser consideradas RRSSCC, y compararemos dichas soluciones para finalmente elegir una para el posterior proyecto de implantación.

Capítulo 3. Proyecto de implantación de una RSC.

En este capítulo tras la elección de una solución del mercado, se desarrollará un proyecto de implantación de una RSC, se abordarán las fases de análisis, consultoría y desarrollo del proyecto.

Capítulo 4. Proyecto de servicios Post-venta

En este capítulo, después de haber realizado el proyecto de implantación, se pretende abordar la necesidad formativa y de seguimiento del proyecto. A su vez también se realizará una demostración de estudio de la mejora de la productividad.



Capítulo 5. Conclusiones.

Se han dividido en 4 bloques relativos a otros tantos aspectos importantes en la realización del presente proyecto:

Requisitos de las empresas en la actualidad.

Análisis de las soluciones existentes en el ecosistema de las RRSSCC.

Implantación del proyecto realizado.

Mejoras de la productividad.

Capítulo 2

Análisis de las RRSSCC

¿Qué son las redes sociales corporativas?

“Las Redes sociales corporativas son un conjunto de tecnologías que crean valor añadido conectando miembros de una organización a través de perfiles, actualizaciones y notificaciones (1)” Altimeter Group

Las redes sociales corporativas son la tecnología que permite aprovechar el ADN social de nuestras organizaciones:

“Desde el inicio de los tiempos, los seres humanos tenemos incorporado en nuestro ADN que somos seres sociales. Con las plataformas colaborativas lo que hacemos es poner tecnología a algo que tenemos incorporado en nuestro propio software y que es ser sociales. (2)” Lluís Font, CEO de Zyncro



Ilustración 2: “ADN Social (2)”

Debido a esto las redes sociales corporativas funcionan, porque nos hacen trabajar de la manera más natural que tenemos los seres humanos: en comunidad. En la actualidad son muchas las organizaciones que han entendido este concepto y por ende la necesidad de lanzar una transformación social de su negocio.

Para provocar esa transformación la tecnología es el canal, pero sin una **correcta gestión del cambio no será posible aterrizar la estrategia y la cultura, y cambiar la realidad de sus personas y procesos.**

Según Gartner Group (3), las Redes Sociales Corporativas, tienen que cumplir las siguientes funcionalidades para denominarse de esta manera:



- Software usado por empleados, clientes, proveedores y partners
- Para soportar el trabajo en equipo, las comunidades y el networking social
- Crear, organizar, compartir y encontrar información
- Encontrar, conectar e interaccionar con otros

Desarrollando estas características tendremos, a diferencia del software de negocio tipo Sistema de planificación de recursos empresariales (Enterprise Resource Planning ERP) / Sistema de gestión de clientes (Customer relationship management CRM) etc., el software para construir una RSC se considera como “no especializado”. Esto es lo que justifica el hecho de que cada fabricante cubra o no la totalidad de la lista de funcionalidades o que en cada una de ellas profundice en mayor o menor grado. No obstante, hay un cierto consenso en que una RSC debe ofrecer el mínimo que describimos a continuación para ser considerada como tal.

2.1 Requisitos generales de las Redes Sociales Corporativas

Informe de actividad (Activity Streams)

La capacidad de seguir o ser seguido, de votar, de hacer me gusta/no me gusta, comentarios... ya sea como personas, grupos de trabajo o documentos. Habitualmente se representa esta información en formato mensaje, como el hilo de una conversación que puede seguirse en una escala temporal.

Grupos (Groups)

La funcionalidad de crear grupos para que los propios usuarios visibilicen y organicen mejor la información y el conocimiento. Los grupos pueden ser públicos, privados u ocultos en función de la intención de quien los crea, que adopta el papel de propietario de los mismos. En los grupos se publica, se guardan archivos y se reciben informaciones que son distribuidas a todos los miembros del mismo. Se colabora, en suma.

Filtros (Filters)

Un mensaje en una organización de miles de empleados no tiene el mismo aspecto que el de una pequeña empresa de diez. Por esa razón es preciso dotar a la RSC de medios para filtrar la información que el usuario va a recibir. Si las herramientas de filtrado y notificaciones no son muy potentes, corremos el riesgo de que la RSC sea poco útil por avalancha de información muy poco ‘digerible’.

Busqueda (Search)

No por obvio resulta menos importante. ¿Para qué sirve saber que se dispone de toda la información, si no se es capaz de encontrarla? Las tecnología y las capacidades de los motores de indexado y de búsqueda deben estar acorde con el reto que enfrentan: proporcionar el contenido adecuado a la petición de un usuario, de forma rápida y presentando únicamente resultados relevantes.



Archivos (Files)

Un buen repositorio de archivos se hace elemento indispensable en cualquier grupo de trabajo. Es bueno asegurar la confidencialidad de la información, pero al mismo tiempo deben ofrecerse soluciones que puedan flexibilizar el uso de estos recursos, empleando almacenes externos a la propia RSC. Versionado, check-in / check-out y co-creación, son funcionalidades que en mayor o menor grado todos los fabricantes buscan cubrir.

Analíticas (Analytics)

Uno de los retos de las RRSSCC es demostrar un retorno de la inversión (Return on Investment, ROI) positivo y sostenido en el tiempo. Sin analíticas es imposible medir algo tan intangible como el clima de la organización, o detectar tendencias, o simplemente saber quién es reconocido por su liderazgo dentro de una determinada área de conocimiento. Hay una cierta tendencia a proporcionar los datos ‘en crudo’ y hacer que sea el propio usuario quien elija sus propios Indicadores clave (Key Performance Indicator, KPIs).

Otros escenarios más realistas, proporcionan una serie de informaciones en formato dashboard de tal modo que desde el primer día es posible obtener analíticas en un formato comprensible.

Comunicación

Difícil emplear la palabra ‘social’ o ‘red’ sin asociarlo a la palabra comunicación. Por suerte, existen infinidad de soluciones integrables (no hay nada ‘innovador’ en el campo de la mensajería unificada) que facilite a los fabricantes disponer de últimas tecnologías en propias suites.

Dentro de este grupo de funcionalidades, debemos distinguir dos sub-grupos:

- Herramientas de comunicación en tiempo real, con la siempre presente mensajería instantánea, el menos adoptado desktop sharing (al menos de forma universal) y la integración de comunicaciones voz.
- Funcionalidades que facilitan la comunicación diferida, con el email como estrella indiscutible, y el vídeo emergiendo a un ritmo frenético, debido entre otras razones a la popularización los equipamientos necesarios (webcam, auriculares y micrófonos) y al aumento del ancho de banda.

Flujos de trabajo (Workflows)

Las distintas implementaciones de workflow dentro de las RRSSCC tienen un aspecto en común: no vienen a sustituir los procesos transaccionales habituales (rígidos, predefinidos) sino que vienen a enriquecerlos otorgando al usuario un cierto grado de libertad, flexibilidad, derivados precisamente de hallarse dentro de algo que se llama ‘social’. Así, es frecuente ver que el workflow dentro de una RRSSCC, permite al usuario una cierta toma de decisiones sobre qué y sobretodo cómo va a seguir el flujo, aunque siempre dentro de una vía más o menos trazada.



Hay dos aspectos adicionales que, sin ser determinantes, están contemplados en las soluciones de los fabricantes más avanzados. Son las siguientes:

Ser la capa social de integración con Aplicaciones (apps) de negocio. Con un universo creciente de soluciones de RSC y con todos los principales fabricantes de software de negocio (ERP/CRMs/Repositorios documentales) interesados y con soluciones en este mercado.

La estrategia que han adoptado algunos fabricantes pasa, no por competir frontalmente contra todos los ‘grandes’, sino por aliarse con ellos ofreciéndolas ESNs como herramientas de enriquecimiento de sus soluciones.

Es importante constatar, la precipitación por cubrir un gap en las soluciones y no quedar atrás en lo que a solución de una demanda concreta del mercado se refiere.

Interfaz de programación de aplicación (Application Programming Interface, API)

Intrínsecamente relacionado con el punto anterior, la exposición de una API completa hace una plataforma abierta al desarrollo de aplicaciones por terceros. Un signo de la madurez de un software para crear RRSSCC es la capacidad de admitir modificaciones sobre su comportamiento estándar vía recursos de programación.

2.2 Historia de las RRSSCC

La historia de las RRSS parece un evento de creación cercana, pero este auge, fue creado hace prácticamente media década, dando a las personas la facilidad de poder comunicarse. A continuación se resumen algunos de los eventos más importantes en la evolución hacia las RRSSCC desde la aparición del correo electrónico [1]:

1971: Se envía el primer correo electrónico.

1978: Aparece la primera Web.

1978: Nace el primer BBS (Bulletin Board Systems).

1992: Se envía el primer SMS.

1995: Se alcanza la cifra de un millón de hogares conectados a Internet.

1997: Se lanza AOL Instant Messenger.

1997: Se inaugura la primera web Sixdegrees.com, que permite la creación de perfiles personales y el listado de amigos.

2000: Se alcanza la friolera de 70 millones de hogares conectados a Internet.

2003: Se inaugura la web MySpace, y se crean LinkedIn y Facebook.

2006: Se inaugura la red de microblogging Twitter.

2013: Facebook llega a los 1000 millones de usuarios repartidos por todo el mundo.

Como ejemplo de la variedad sectorial de las RRSS, podemos ver la ilustración 3, que nos muestra el ecosistema de comunidades de radio&música y temas generales y la ilustración 4, que nos muestra redes sociales de vídeos y fotos:

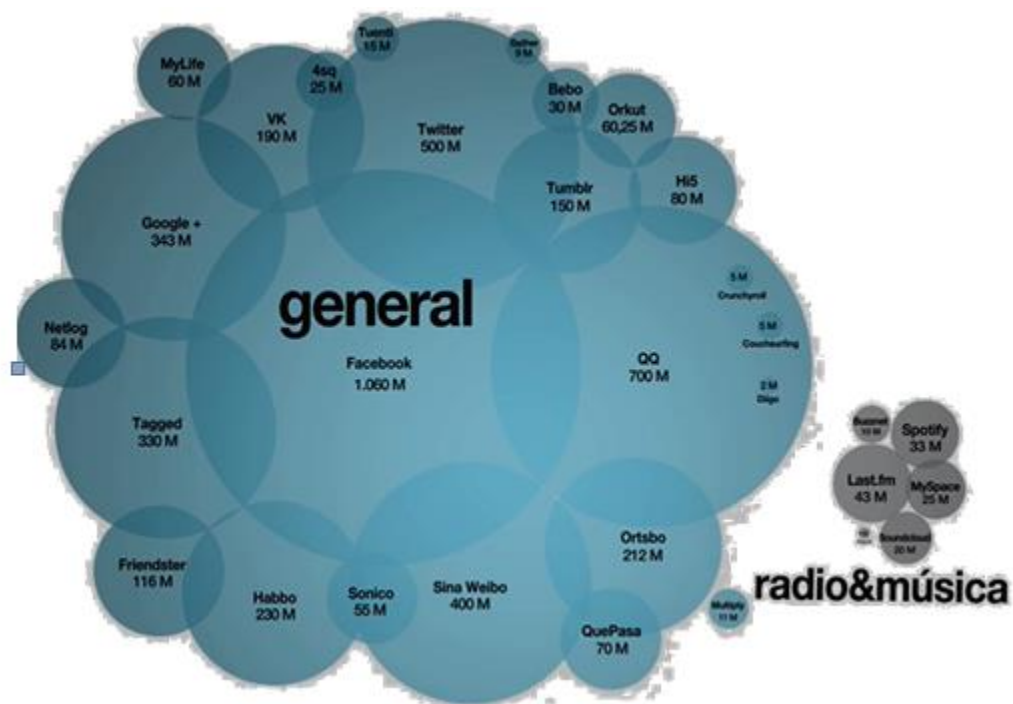


Ilustración 3: Conjunto de Redes Social de temas generales y radio&música [2]

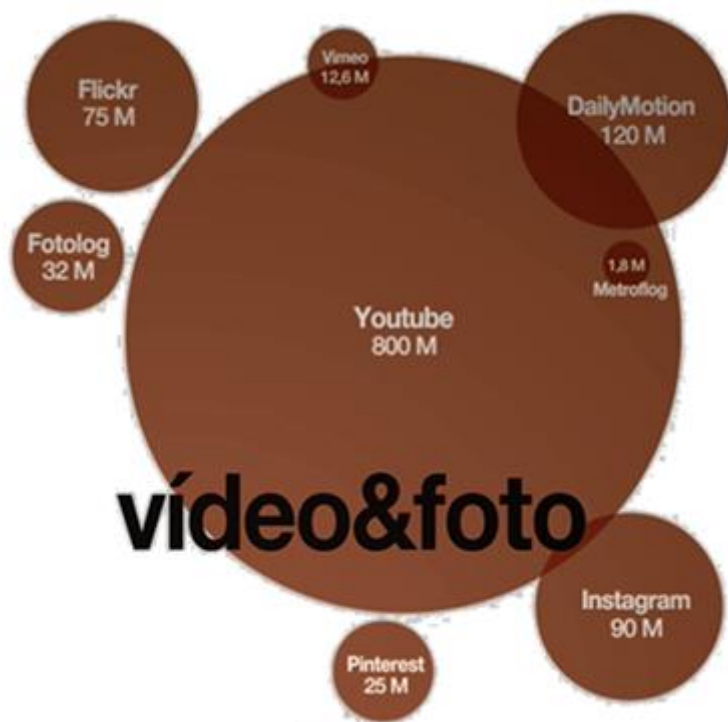


Ilustración 4: Conjunto de Redes Social de vídeo&foto [2]

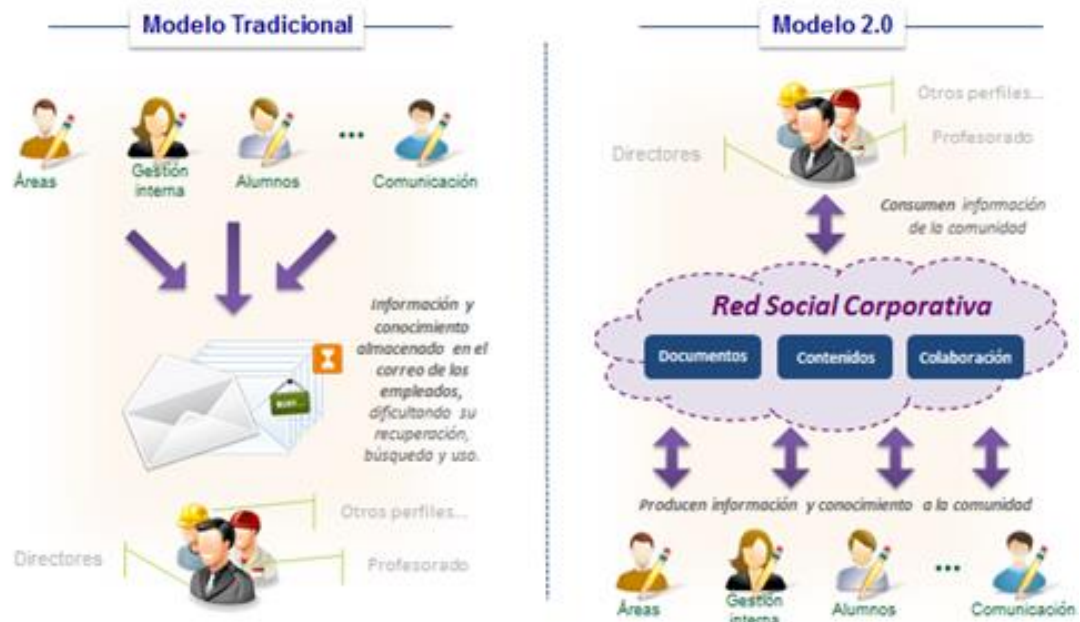


Ilustración 5: Comparativa modelo tradicional y modelo 2.0

En el ámbito empresarial nos encontramos con la casuística mostrada en la Ilustración 5. En la cuál, vemos que la herramienta empresarial principal “el correo electrónico” debe ser mejorada hacia un entorno más colaborativo.

2.3 Visión global de las soluciones del mercado de las RRSSCC en la actualidad

En los últimos años, el mercado de las startups dedicadas a la comunicación social ha ido sufriendo alteraciones, producidas por las fusiones y compras de estas empresas por otras de gran envergadura como Microsoft, VMware... (Ilustración 6) Esto nos hace presagiar que estos líderes de tecnología también ven futuro y negocio en esta “nueva” manera de trabajar.



Ilustración 6: Amalgama de todas las soluciones y fusiones del mercado. (Fuente DZNet [3])

Mckinsey estima que en 2016 el 60% de las empresas utilizará tecnología social. (4) La prestigiosa consultora **Gartner Group** apunta a que estas plataformas sociales consiguen **aumentar la productividad un 25%**, y adelantan que en el 2014 el **20% de las organizaciones las tendrán como principal herramienta de comunicación interna**. (5) Forrester apunta a que el uso de estas redes **crecerá a un ritmo anual del 61% hasta el 2016**. (4)

Las empresas están aplicando los medios sociales (Social Media) para cambiar la manera en la que hacen su negocio, transformando su relación con las personas que pueden afectar o verse afectadas por las actividades de la empresa (stakeholders), tanto externos como internos, lo que les permite convertirse en empresas más transversales, ágiles y en línea con las necesidades de sus clientes... y sobre todo, con mejores resultados.

El termino Social Media se refiere a plataformas de comunicación en línea donde el contenido es creado por los propios usuarios, la diferencia con las redes sociales corporativas, es que éstas integran muchas de las plataformas de comunicación y otras herramientas internas o externas de las empresas.

Según un estudio realizado por el grupo Altimeter a compañías de todo el mundo con más de 1.000 empleados, las redes sociales internas supusieron en 2012 entre el 20% y el 37% de la inversión total en tecnología social.(5)

No cabe duda, las empresas que ya han lanzado la socialización de su negocio han sido las primeras en entender esta necesaria transformación que aporta **tres ventajas mayores: mejora el acceso a la información, reduce los costes de comunicación y permite acceder de una forma más sencilla a expertos internos y catalizadores de innovación**.

Las redes sociales corporativas son una palanca para convertir el negocio en Negocio social (Social Business), una transformación que afecta a la estrategia, la cultura, los procesos, las personas y la tecnología.

Según ZRT las tecnologías de social business se alzan como uno de los principales activos de competitividad en las empresas.

Las empresas finalmente se toman en serio la adopción a gran escala de las herramientas e ideas sociales. Con estas tecnologías se espera mejorar el análisis, la gestión de las relaciones, el compromiso en la empresa, la promoción empresarial y mucho más. Las empresas tendrán que invertir en este tipo de soluciones para que su brecha digital no aumente.



Ilustración 7: Cuadro de situación de las tecnologías (Fuente: ZDNet [4]).

2.4 Comparativas de las soluciones de RRSSCC

2.4.1 Situación del mercado actual

Existe una gran variedad de opciones las cuales están en distintos estadios de desarrollo. En cuanto a funcionalidad podemos tener:

- Herramientas especialistas en una o dos pero que no cubren todas las funcionalidades de una RSC como se detalla en el inicio de este capítulo
- Productos pensados originalmente para el Social Media con alguna funcionalidad de RSC.
- Productos que son realmente RSC con todas sus funciones.
- “Otras” soluciones que “se socializan” (ERP, CMR...)

Pasaremos a analizar las diversas soluciones que el mercado nos brinda. A continuación comentaremos los principales puntos fuertes y débiles de las soluciones que más se encuentran en el mercado principal. Al final, un cuadro resumen gráfico pretende situar a los fabricantes respecto a las funcionalidades principales comentadas con anterioridad.

2.4.2 Comparativa de soluciones del mercado

En este apartado analizaremos las diferentes herramientas de RRSSCC más completas del mercado, siguiendo los criterios que a continuación se detallan.

2.4.2.1 Criterios de comparación

Los criterios de comparación que vamos a utilizar son los siguientes, estos son los típicamente utilizados en este tipo de soluciones.

- Informe de actividad:** Capacidad de interacción con mensajes.
- Grupos:** Posibilidad de crear grupos privados, públicos y ocultos.
- Filtros:** Filtrado de la información publicada.
- Búsquedas:** Herramienta de búsqueda de todo el contenido de la red.
- Archivos:** Posibilidad de realizar funcionalidades de un gestor documental.
- Análíticas:** Herramienta de gestión de reportes integrada.
- Comunicación:** Integración con sistemas de comunicaciones personales.
- Flujo de trabajo:** Gestión de flujos de aprobación interna.
- Capa social:** Integración con aplicaciones de negocio.
- Interfaz de programación de aplicación:** Posibilidad de integraciones.
- Nivel de customización:** Facilidad de modificar el aspecto visual de la solución.
- Valor por precio:** Análisis de calidad/precio de la solución.
- Modelos de instalación:** Alojamiento de la solución.



2.4.2.2 Soluciones del mercado

CITRIX PODIO [5]

Sus puntos fuertes son las funcionalidades de social workflow, una Interfaz de programación más natural (API rest) que permite desarrollar aplicaciones sobre su núcleo y la capacidad de empaquetar flujos de trabajo complejos en forma de widgets, que luego serán publicables en su Marketplace. Evidentemente, la integración con el software de videoconferencia en HD Citrix GotoMeeting es un punto a destacar en el apartado de comunicación aunque tiene coste aparte.

Como puntos débiles, destacar que solamente se entrega en Cloud público, que prácticamente no tiene capacidad de integración con software empresarial de terceros y que se podría decir de ella que pertenece más a la categoría de herramientas de Social Project Management que propiamente a la de RRSSCC. Su eslogan es “Trabaja como quieras”

IBM CONNECTIONS [6]

“Creating a new world of possibilities”

Es una solución completa, robusta, que prácticamente ofrece todas las funcionalidades comentadas hasta ahora. Incomprendiblemente, no incluye las características de comunicación de mensajería instantánea/Chat puesto que asume que la organización ya usa Sametime, herramienta de comunicación social en tiempo real que ofrece una experiencia de usuario unificada mediante mensajería instantánea, reuniones electrónicas, voz, vídeo y datos...

Como puntos débiles, rara vez encontraremos IBM Connections en clientes de tamaño medio o pequeño. IBM connections está muy enraizado con el empleo del Sistema operativo IBM (Tabla 1), y WebSphere (familia de productos de software privados que permiten procesos de negocio interconectados y dinámicos, además de proporcionar infraestructuras de aplicaciones altamente eficientes para todas las situaciones de negocio.), estas no son soluciones al alcance, no solo por precio, sino por complejidad técnica y en consecuencia, alto coste total (TCO)) de pequeñas cuentas.

En la Tabla 2, observamos en detalle las posibilidades tecnológicas de la herramienta.



| FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|--|---|
| Empresa grande y producto líder según Gartner | Gran corporación americana significa menor flexibilidad y adaptación para proyectos específicos |
| Solución que integra: IBM Connections, IBM Sametime, IBM FileNet y IBM Lotus Quickr Connectors | Personalización relativa. No comercialización a nivel de Marca Blanca |
| Activity Stream avanzado que deja actuar sobre otros sistemas (ej: SAP) sin dejar la pantalla | Limitadas acciones con archivos. No hay Zlinks, edición online, descarga .zip... |
| Customizable, pero mediante partners | Instalación e integración complicada y costosa. Cada Producto se instala por separado |
| Integración con Sharepoint, Microsoft Office, SAP y Salesforce | No tiene automatización de procesos administrativos (Workflow o Gestión de Proyectos) |
| Social Business Intelligence con dashboards y analíticas avanzadas. | No es user friendly: interfaz complicada con demasiadas opciones |
| Seguridad (Instalación On Premise y administración avanzada) y estabilidad (load balance) | No está integrando aplicaciones cloud de productividad fuera de los principales sistemas corporativos |

Tabla 1: Fortalezas y debilidades IBM Connections

| TECNOLOGÍA Y SEGURIDAD | |
|---------------------------------|----|
| Desarrollo de Apps por terceros | Si |
| Api abierta para integraciones | Si |
| Permisos para archivos | Si |
| Private cloud/on-premises | Si |
| Marca blanca | No |
| Customización Css | Si |
| Validación de dominio | Si |

Tabla 2: Cuadro resumen de las características de tecnología y seguridad de IBM

JIVE [7]

Una solución muy robusta. La razón es simple: es la primera solución en volumen de usuarios y empresas, muy bien valorada en el Magic Quadrant de Gartner (8) y con un marketing agresivo basado en el discurso.

”There’s a reason Jive is considered the #1 social business provider by analysts, customers and the marketplace. It’s because our technology is more than a promise. It’s proven. Proven by successful companies worldwide who’ve used Jive to transform their businesses and achieve spectacular results” (9)

Dispone de todas las funcionalidades esperables, con un muy bien resuelto informe de actividad que muestra toda la actividad a la que el usuario se ha suscrito. Es de los pocos que ofrece como funcionalidad, la posibilidad de que los usuarios generen y publiquen video on demand.

Su punto débil es, precisamente, la enorme cantidad de funcionalidades que ofrece al usuario. Tanto es así, que se ofrece variedad de soluciones pre-configuradas para intentar que el usuario no se vea superado. Por otra parte, es costoso de personalizar si se utiliza fuera de los límites (out of the box), cosa que incrementa mucho el coste total.

MICROSOFT SHAREPOINT + YAMMER [8, 9]

“The Private Social Network for Your Company”

Es un caso particular de simbiosis entre una herramienta (SharePoint) con puntos fuertes indiscutibles en el campo de la gestión documental, flujos de trabajo y búsquedas, y otra (Yammer) que nunca ha destacado por sus funcionalidades, aunque estén bien resueltas desde el punto de vista de interfaz de usuario (UI, User Interface).

Ciertamente SharePoint es una de las soluciones más potentes que hay en el mercado para solventar el problema del trabajo colaborativo. Tanto es así, que es uno de los principales pilares en los ingresos de Microsoft. En el 2010 ya se calculaba que mensualmente crecía en más de 4 millones de usuario (10)



Comentar que solamente a partir de la versión SharePoint 2013 Microsoft ha añadido el tema ‘social’. Hasta entonces, las anteriores versiones hablaban más de compartir o colaborar.

Respecto a anteriores versiones, añade:

- Community Sites, una plantilla para crear los clásicos foros donde los empleados se suscriben, hay moderadores, se pueden dar ‘premios’ a los usuarios más activos...
- Community Portal, que es la agrupación desde un único punto de entrada de todas las Community Sites que pueda tener una granja de servidores SharePoint.
- Cambio de aspecto del apartado MySites y añaden ahí microblogging y alimentador de noticias (newsfeeds).
- Cambio en el manejo de las librerías de documentos. Ahora es más sencillo mover, compartir y sincronizar documentos.
- Mayor integración con Office 2013 (edición de escritorio). Es posible hacer que SharePoint sea el repositorio por defecto y que no se guarde nada en los discos duros locales de los usuarios. Además, a través de SkyDrive Pro (el gestor documental on-line) es posible sincronizar el tiempo que se permite la edición offline.
- Posibilidad de compartir librerías completas de documentos (antes no se podía, debía hacerse fichero por fichero).
- A través de AppFabric y de la API, es posible desarrollar contra el motor de newsfeeds.

La estrategia de Microsoft al adquirir Yammer (Ilustración 8) es sustituir las capacidades sociales de SharePoint 2013 por las que incorpora esta RSC. El problema radica en que Yammer solamente se sirve en modalidad cloud multi-tenant y la implementación de SharePoint 2013 en cloud (que sería el escenario natural para esta integración) está lejos de ofrecer toda la potencia que sí ofrece instalada on premises. A esto se suma la confusión de paquetizar la oferta web junto con Office365 (herramientas de ofimática online) y Lync (herramienta de mensajería instantánea y videoconferencia) (coste aparte), en un totus revolutus que genera cierto rechazo entre los usuarios finales. Una solución completa suma más de \$12 por usuario, lejos de los \$6 promedio.

Al final, todo este conjunto hace que la valoración global de las capacidades de las RRSSCC se vea afectada a la baja.



Ilustración 8: Capturas apariencia de Yammer

El universo de integraciones de yammer se basa mucho en los productos Microsoft.



Ilustración 9: Integraciones básicas de Yammer


| Plataforma de desarrollo |  |
|--|---|
| Utilizar la API para interactuar con el muro | Si |
| Utilizar la API para gestionar grupos, departamentos y todos los elementos de la organización | No |
| Desarrollo de aplicaciones personalizadas encima de la Red Social Corporativa usando la misma red como Framework | NO |
| Entorno de Sandbox para desarrollo de aplicaciones completas, no sólo Sandbox de API | NO |
| Integración con servicios externos no sólo a través del muro, también a nivel de aplicación | NO |
| APIs JavaScript y CSS para modificar la interfaz y GUI de la Red Social Corporativa | NO |
| Mensajes en el muro con contenido enriquecido y acciones programables | NO |
| Capacidad de personalización del diseño completo de la interfaz | NO |
| Capacidad de creación de aplicaciones cliente (Móvil, Escritorio, Web, etc.) en otras tecnologías | Parcialmente |

Tabla 3: Características integraciones Yammer

Yammer, ofrece integraciones con sistemas de business intelligence externos, como bevalley (herramienta para el análisis de datos), que debido a la propia restricción de Yammer con sus integraciones, no pueden proporcionar un análisis de lo que ocurre dentro de tu Red Social Corporativa.

La integración con sistemas de business intelligence se utiliza para analizar datos y el estado de la compañía, fuera de Yammer, y permiten postear los resultados dentro del Flujo de actividad corporativa (Corporate Feed) de Yammer. Yammer sí cuenta con un cuadro de análisis propio para analizar lo que ocurre dentro de la red, pero éste se encuentra poco evolucionado y no permite un profundo análisis de lo que pasa dentro de la organización. Por ejemplo, no se analizan qué usuarios tienen más influencia y no se hace un análisis sobre los temas que más interesan a los miembros de la organización. Por último, no se analizan conexiones entre usuarios, grupos o departamentos. En la ilustración 10 podemos ver el análisis global de la organización, marcado por el número de “me gustas”, de miembros, de archivos, y sus gráficas evolutivas.

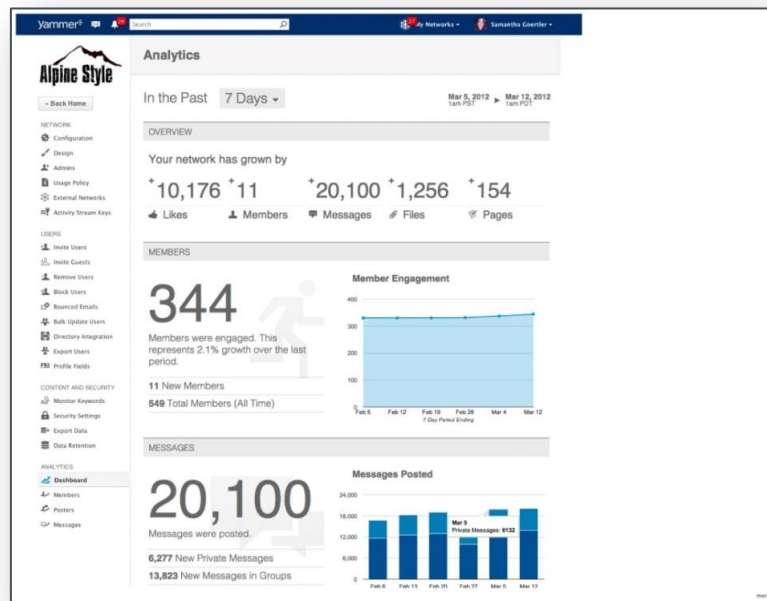


Ilustración 10: Captura del sistema de análisis de datos de Yammer

NEWSGATOR SOCIAL SITES [10]

“The most advanced social business platform for the enterprise”.

El punto fuerte de Social Sites es el enriquecimiento de funcionalidades sociales que proporciona a implementaciones existentes de SharePoint. Su interfaz es muy intuitiva, familiar a cualquier usuario de Facebook. A destacar también el esfuerzo realizado en el apartado de reconocimientos y premios.

Como puntos débiles destaca la implementación de los flujos de trabajo sociales (son los flujos de trabajo que se resuelven mediante mensajes), que al depender de las capacidades de SharePoint (explicado en esta sección) no puede ofrecer los grados de libertad esperados. Precisamente esta dependencia de SharePoint hace que su entrega sea mayoritariamente de alojamiento en las instalaciones del cliente (on premises), y que con la compra de Yammer por parte de MS se encuentren en estos momentos en tierra de nadie. (11)

Finalmente, decir que confían todo el bloque de comunicación a la implementación de Lync.

SALESFORCE CHATTER [11]

“Transforme su forma de trabajar”

La principal fuerza de Chatter es que está construido sobre Salesforce (unos de los CRM más usados), muy especialmente sobre la edición para equipos de venta.



Es cierto que puede adquirirse Chatter por separado, pero entonces no merecería estar en una comparativa de RRSSCC por faltarle gran parte de las funcionalidades imprescindibles.

El ‘enganche’ de Chatter estriba en que es gratuito, aunque si se desea ampliar el set de funcionalidades deberá abordarse un sobrecoste de \$20.

Su otro caballo de batalla es la ampliación de funcionalidades vía la tienda de Salesforce (market AppXchange). Con más de 900 complementos catalogados, es el market más grande en aplicaciones SaaS actuales.

Sin embargo, Chatter es vulnerable en la implementación de algunas funcionalidades, como los flujos de trabajo sociales, donde se ve claramente penalizado por las restricciones que impone Salesforce. Las capacidades de personalización tampoco son su fuerte, al margen de que el TCO se puede ver muy incrementado si es necesario hacer modificaciones en el comportamiento de cualquier funcionalidad.

Para terminar, comentar que Gartner creó una categoría específica para este tipo de implementaciones, el Social Customer Relationship Management, precisamente para indicar que su uso está muy enfocado hacia implementaciones que tengan que ver con la relación con el cliente. Las posibilidades que ofrece Chatter están muy sesgadas y no están pensadas para unos usos tan polivalentes como el resto de competidores aquí analizados.

SOCIALCAST [12]

“Designed For People. Built For Business.”

Llama poderosamente la atención que Socialcast (empresa del grupo VMware) dedica un apartado específico de su web a los departamentos de IT de las grandes corporaciones. Esto es así porque Socialcast es el competidor que apuesta más fuerte por el concepto de data security & regulatory compliance, esto es, cubre una de las principales preocupaciones de los directivos de IT respecto al empleo de herramientas sociales (otras palabras que les gusta oír: cumplimiento legal, filtros profanos (previenen la aparición de lenguaje ofensivo), y gestión de archivos adjuntos). Este es uno de sus puntos más fuertes. El otro aspecto a destacar es su capacidad de integración con software de negocio, algo muy acorde con el tipo de cliente al que se dirige.

Como puntos débiles, a destacar la ausencia de flujos de trabajo y su dependencia de terceros para la gestión documental (SharePoint como primera opción). En este sentido, presenta paralelismos con Newsgator SocialSites. Tampoco ofrece posibilidades de personalización y mucho menos de construir una RSC ‘a medida’ (marca blanca, funcionalidades específicas) de las necesidades del usuario.

Una de las curiosidades de Socialcast es que puede ser servida en formato máquina virtual... de VMware, evidentemente.



ZYNCR0 [13]

Enumeramos las ventajas competitivas de Zyncro:

Las capacidades de Customización de Zyncro van más allá de cambiar logos y colores. Zyncro soporta desarrollos basados en CSS (lenguaje de programación usado para definir la presentación de un html). Ofrecen servicios de asesoría, formación (Zyncro Learning Institute es una buena muestra de ello) y acompañamiento para asegurar el éxito de la puesta en marcha y crecimiento de la RSC.

Dispone de una API rest tan poderosa que permite crear un nuevo Zyncro basándose en los servicios que brinda el core. Un ejemplo claro de esto son las diferentes aplicaciones nativas para Tablet y Smartphones; todas han sido creadas de forma nativa utilizando esta API. La arquitectura de Zyncro es uno de sus puntos fuertes. No depende de ningún software ‘de apoyo’ para ofrecer sus servicios, a diferencia de otras soluciones que basan su estrategia en disponer previamente de herramientas como SharePoint, Lync, IBM WebSphere... con el correspondiente aumento de coste.

El núcleo (core) a implementar es exactamente el mismo en Cloud público, en Cloud privado, y On premises. Esto hace que la mantenibilidad del código sea muy elevada, y ayuda a disminuir el tan temido coste total (TCO).

El servidor de extensión permiten aligerar el núcleo de tareas que no le son exclusivas y facilitan el crecimiento de la solución en múltiples direcciones, esto permite que los tiempos de carga de la herramienta sean menores.

Posibilidad de desarrollos de aplicaciones nativas para los principales SO del mercado, ya sean para ser consumidas en Tablet como en Smartphones. iOS, Android, BlackBerry o WindowsPhone.

Es una de las pocas herramientas que incorpora el concepto de Social Business Intelligence, tiene integraciones con diversas herramientas de explotación de datos (Pentaho, DatKnoSys, Qlickview).

Facilidades para crear una Red Social Privada. Esta modalidad de Red Social, es la que permite ofrecer a sus clientes o proveedores, servicios de red social pero en un entorno privado, cerrado, seguro y administrado.

Como puntos débiles e inconvenientes comentar que la integración predefinida de herramientas de ERP y CRM no está definida, la solución tiene partes mejorables como pueden ser la recomendación de contenidos basados en la base de datos y un buscador “inteligente” que tenga capacidad de mostrarnos una búsqueda personalizada a gustos comunes o propios.

2.4.2.3 Cuadro comparativo de las soluciones

En el siguiente cuadro represento a mi criterio el resumen de lo comentado hasta ahora, con una puntuación que permite comparar fácilmente las soluciones analizadas respecto a los grupos de funcionalidades expuestos en el apartado de “Análisis de la Redes Sociales”.

| Solución | INFORME DE ACTIVIDAD | GRUPOS | FILTROS | BUSQUEDAS | ARCHIVOS | ANALÍTICAS | COMUNICACIÓN | FLUJO DE TRABAJO | CAPA SOCIAL | INTERFAZ DE PROGRAMACIÓN DE APLICACIÓN | NIVEL DE CUSTOMIZACIÓN | VALOR POR PRECIO | MODELOS DE INSTALACIÓN | GLOBAL |
|---|----------------------|--------|---------|-----------|----------|------------|--------------|------------------|-------------|--|------------------------|------------------|------------------------|--------|
| CITRIX PODIO | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 5 | 1 | 4 | 3 | 3 | CP,CPR | 3 |
| IBM CONNECTIONS | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | A | 3,8 |
| JIVE | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | A | 4,1 |
| MICROSOFT SP + YAMMER | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 2 | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | CPR | 3 |
| NEWSGATOR SOCIAL SITES | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 2 | 2 | 5 | 3 | 3 | 3 | CPR,O | 3 |
| SALESFORCE CHATTER | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 5 | 5 | 2 | 3 | CPR | 3 |
| SOCIAL CAST | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 1 | 4 | 5 | 5 | 3 | A | 3,3 |
| ZYNCRO | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | A | 4,2 |
| Cloud Pública: CP, Cloud Privada: CPR, On-premises:O, All:A | | | | | | | | | | | | | | |

Tabla 4: Puntuación por características de cada solución

A continuación pasamos a analizar cada uno de los criterios comparativos.

Informe de actividad: Zyncro y Jive, tienen la nota máxima, ya que la interacción con los mensajes se hace de manera completa e intuitiva. Las puntuaciones menores vienen de no disponer de todas las funcionalidades, como Yammer que no dispone de votación en los mensajes.

Grupos: Esta característica está muy lograda en todas las herramientas, ya que es la base de este tipo de soluciones. No se da la máxima nota a ninguno ya que en mi opinión falta por definir la creación de grupos dinámicos por proyectos de una manera ágil.

Filtros: Jive es la solución que mejor cumple con este propósito, ya que permite filtrar toda la información de una amplia manera, no sólo por archivos o tipos de mensajes, sino también por me gustas o logros por eso tiene un 5, se ha puntuado con un 4 a las soluciones que tienen buenos criterios y con menos de un 4 las soluciones con criterios de filtrado básicos.

Busquedas: Destacamos la capacidad de Jive y Newsgator, en las cuales podemos hacer búsquedas globales e inteligentes, las cuales se basan en los contenidos más buscados propios o de la comunidad es por ello que su puntuación es un 5.



Se puntúa con un 4 a soluciones con potentes buscadores pero que les faltan los criterios anteriormente mencionados. Con un 3 encontramos soluciones con búsquedas de contenido básicos.

Archivos: Las soluciones basadas en Microsoft son las de mayor puntuación debido a que tienen un rodaje mayor en gestores documentales, la co-edición on-line es una de las características diferenciales. Las demás soluciones puntuadas con un 4, cuentan con buenos gestores documentales pero sin la especialización de Microsoft.

Analíticas: Zyncro se sitúa con la mayor puntuación, ya que es capaz de monitorizar todas las interacciones realizadas y explotárselas con herramientas especializadas. Jive, IBM y Social Cast, están muy avanzadas a nivel de gestión de la información, pero aun no llegan a la explotación total de los datos por ello tienen una nota inferior.

Comunicación: A la cabeza podemos encontrar a Jive, que como hemos comentado nos permite crear vídeo on-demand, las demás soluciones puntuadas con un 3 tienen soluciones de mensajería instantánea y algunas como Zyncro tienen integraciones con Lync.

Flujos de trabajo: Citrix Podio destaca por su facilidad de crear flujos de trabajo complejos y por ello recibe la máxima nota, Jive e IBM se sitúan con soluciones bastante bien adaptadas en este ámbito, ya que cumplen en gran medida las necesidades que las empresas pueden tener a la hora de aprobación de facturas y de poder tener flujos de aprobación en general, por este motivo tiene una puntuación de 4, las puntuadas con un 3 disponen de flujos de trabajo básicos.

Capa social: Cada vez más soluciones tienen claro que la mejor manera de poder hacer frente a todas las necesidades es pudiéndose integrar con otras herramientas. Destacamos en este punto a Zyncro puntuada con un 5 ya que tiene una gran capacidad de integración con softwares de terceros.

Interfaz de programación de aplicación: Este punto va relacionado con el anterior, destacar de nuevo a Zyncro por las facilidades de adaptación de su solución a nivel funcional, las otras soluciones puntuadas con menos de un 5 tienen notas inferiores ya que no tienen la capacidad de personalización total.

Nivel de Customización: Como soluciones que cumplen con marca blanca podemos encontrar a Zyncro e IBM puntuadas con un 5, ya que permiten moldear las soluciones con los colores y diseños corporativos. Las soluciones puntuadas con un 4, tienen posibilidades de customización parcial, cambio de logo, algún color...

Valor por precio: En este punto valoro a Zyncro con la mayor nota 5 argumentando que su precio final es el más atractivo comparado con la calidad de la solución. En el otro lado encontramos a Jive, cuyo principal escollo es su coste, ya que es una solución muy potente pero muy cara.

Las puntuaciones son altas para todas las soluciones. Esto es así porque estamos hablando del Top de las RRSSCC. Los pocos suspensos (<3) se deben a que una funcionalidad no está desarrollada o que se apoya en gran parte en un tercero.



Después del análisis de las diferentes Redes Sociales Corporativas, elegiremos Zyncro como solución a estudio.

Capítulo 3

Proyecto de implantación de una RSC

En este capítulo se aborda la migración tecnológica y de servicios de una plataforma de RSC (Jive) ya en funcionamiento en el cliente, por otra plataforma de RSC (Zyncro) que se ajusta mejor a sus necesidades funcionales y presupuestarias. El cliente ficticio será definido como TechSocial y a continuación se detalla la propuesta técnica/económica.

3.1 Alcance

En el presente documento se ofrece Zyncro, una Plataforma Social que integra diferentes herramientas de colaboración para el Social Business con una capacidad inicial de 1400 usuarios, que dé continuidad a las comunidades ya existentes y que sea flexible para que TechSocial pueda desarrollar un nuevo modelo de colaboración, según los requisitos contemplados en el punto 3.4.1.

El alcance del proyecto presentado corresponde a la consecución de los siguientes objetivos:

- Implantación de la solución Zyncro como alternativa a la actual herramienta web.
- Migración de los contenidos.



3.2 Descripción general del servicio

La solución planteada en este proyecto se basa, como se ha indicado anteriormente, en la de Zyncro. Solución que integra diferentes herramientas de colaboración para el Social Business preconfiguradas y listas para el uso, en un formato estándar que no requiere conocimientos avanzados de TI para implementarlas o gestionarlas. Además, permite personalizar completamente su look & feel por la organización o implementar nuevas funcionalidades a través de sus opciones vía CCS, API y Apps.

La solución ha sido diseñada para ayudar a satisfacer las necesidades de seguridad, fiabilidad 24/7 y productividad de los usuarios. Este servicio permite disfrutar de las herramientas de colaboración incluidas en la suite, con un nivel de gestión y atención postventa personalizada.

3.2.1 Características destacadas

- Capacidades de aplicación social que ofrecen principalmente funcionalidades propias del software social, gestión de archivos, directorio e integración con otros software y servicios en cloud, tales como Twitter, LinkedIn, Evernote, Facebook...
- Integraciones en plataforma corporativa con Microsoft Sharepoint, Active Directory/LDAP, SAP entre otros.
- Capacidad de desarrollo de aplicaciones empresariales usando la plataforma para desarrolladores de RSC la cual permite:
 - Crear un look & feel propio usando plantillas CSS.
 - Desarrollar aplicaciones propias por Zyncro Apps.
 - Integrarse con cualquier aplicación en cloud, en instancio o escritorio, usando la API y Zyncro Apps.
 - Desarrollar aplicaciones móviles propias de marca blanca.

3.3 Descripción de la solución

En esta sección se describen tanto la solución general de Zyncro como la referente al proyecto.

3.3.1 Solución general

En el presente apartado se realizara un resumen a nivel técnico de la solución.

3.3.1.1 Arquitectura

Zyncro basa su modelo de componentes en la distribución en 4 servidores (también llamados nodos [Ilustración 11]) en los cuales se reparten los diferentes servicios de los que hace uso la plataforma. Su distribución por cada uno de estos nodos es la siguiente:

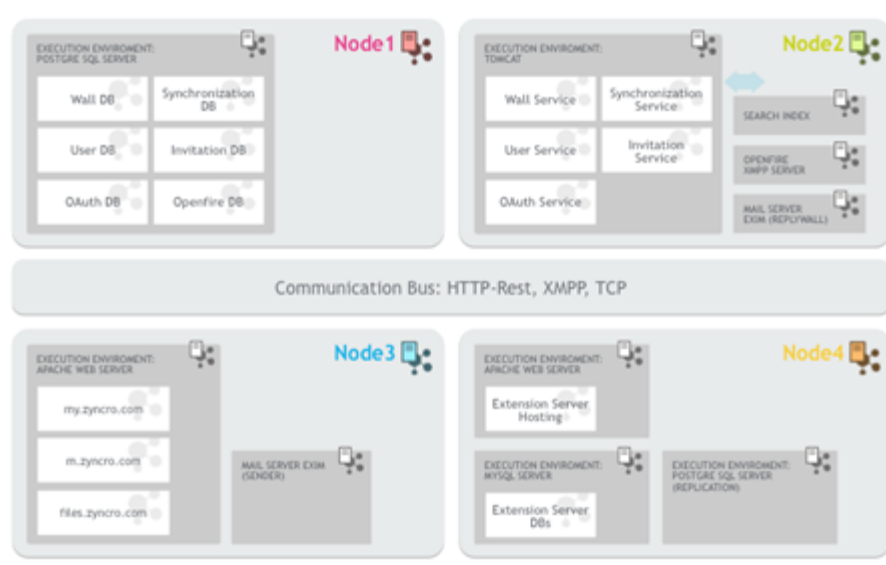


Ilustración 11: Distribución de los nodos de Zyncro

Los nodos se reparten según un modelo de 3 niveles:

- Nivel de base de datos. Se ubica el Nodo1 que es el que contiene la base de datos principal de la plataforma. Toda interacción con este nodo se realiza a través de la capa de aplicación.



- Nivel de aplicaciones: En este nivel se ubican el Nodo2 (gestor del repositorio de ficheros maestro de Zyncro) y el Nodo3 (servidor de aplicaciones que realiza la gestión principal de la base de datos). Ambos nodos gestionan todos los servicios que permiten las diferentes acciones del aplicativo.
- Nivel de presentación: El Nodo4 es donde se ubican los servicios de interacción y comunicación con los usuarios. Todas las conexiones entrantes y salientes se gestionan básicamente a través de la aplicación web (Apache) o de la gestión de correo (Exim).

La solución también se puede alojar en instancias privadas de los datacenters de Amazon, permitiendo una disposición privada, aislada de la nube Amazon Web Services (AWS) donde se puede utilizar una instalación dedicada del proveedor. Este servicio es el que le brinda a la plataforma una excepcional confiabilidad ya que los datacenters de Amazon se encuentran distribuidos a nivel mundial y han sido desplegados con los más altos estándares para garantizar la disponibilidad del servicio. A esto se le suman las características de escalabilidad diseñadas que permiten hacer uso de las facilidades de “Elastic Compute” disponibles en Amazon para sumar nuevos recursos en forma automática cuando la plataforma lo requiere.

Datacenters

Cloud Público

Se aloja en los datacenters de Amazon, cuentan con las características más exigentes en cuanto a seguridad física, control de acceso, redundancia de componentes, monitoreo y disponibilidad 7x24.

El acceso a los servidores se realiza utilizando intercambio de certificados y no passwords, que se renuevan constantemente.

Cloud Privado

También se puede alojar en instancias privadas de los datacenters de Amazon, permitiendo una disposición privada, aislada de la nube Amazon Web Services (AWS) donde se puede utilizar una instalación dedicada de Zyncro.

Instalación On-premise

La instalación en servidores del Centro de Procesamiento de Datos (CPD) de una organización ofrece la posibilidad de supervisar y asegurar los datos en localizaciones que son propiedad de la organización o están controladas por ésta.

Almacenamiento

Los datos se encuentran distribuidos y replicados, de manera que se garantiza una durabilidad de los mismos de 99,999999999%.

Alta disponibilidad

El conjunto de medidas implementadas garantizan una disponibilidad de los datos durante un 99.99% del tiempo y una disponibilidad del servicio de 99.95%.



Escalabilidad

Además de la cantidad estable de servidores que se encuentran operativos para mantener el nivel de prestación estándar de Zyncro, la plataforma de Amazon EC2 permite iniciar cientos de servidores en forma simultánea en cuestión de minutos permitiendo escalar al nivel de recursos que sea necesario en función de las necesidades de un momento particular. Un mecanismo de Load Balancing redirige el tráfico hacia los servidores operativos.

Backup

Zyncro replica todos los cambios en sus datos diariamente. Las copias de seguridad son dobles y se almacenan en tres sitios diferente de Amazon S3, lo que garantiza una durabilidad del 99.999999999% y una disponibilidad del 99.99% (7). El almacenamiento de las copias de seguridad está diseñado para sobrevivir a la pérdida simultánea de datos en dos instalaciones.

3.3.1.2 Seguridad

Se utilizan dos esquemas diferentes de encriptación, uno para el almacenamiento de los datos, y otro para el tránsito de los mismos.

Almacenamiento

Se utiliza un algoritmo AES (Advanced Encryption Standard, o Rijndael) con clave de 256 bits. A modo de ejemplo, la Agencia de Seguridad de Estados Unidos (NSA) lo utiliza desde hace casi 10 años como algoritmo seguro para la protección de información clasificada.

Tránsito

Cada vez que los datos deben atravesar un enlace de comunicaciones, se utiliza el protocolo SSL. El certificado ha sido extendido por Equifax Secure. Cada conexión al sitio seguro de Zyncro se encuentra cifrada por el algoritmo AES_256_CBC, con SHA1 para la autenticación de los mensajes y DHE_RSA para proteger el intercambio de claves.

La solución dispone de la certificación ISO 9001-2008 realizada por Bureau Veritas.

También esta acreditado con el certificado ISO/IEC 27001, un estándar para la seguridad de la información; este estándar especifica los requisitos necesarios para establecer, implantar, mantener y mejorar un Sistema de Gestión de la Seguridad de la Información.

Posee también de dos certificaciones proporcionadas por los referentes en el ámbito de la seguridad web: McAfee y Qualys.

Estos dos sellos de seguridad certifican el resultado positivo de los análisis y pruebas realizados diariamente que ayudan a proteger a los sitios web de robos de identidad, virus, programas espías y otros tipos de amenazas en línea.



Ilustración 12: Certificaciones de seguridad

Además, la solución en sus procesos tecnológicos utiliza el conjunto de buenas prácticas recomendado por ITIL.



Ilustración 13: Buenas prácticas ITIL

3.3.2 Solución particularizada

La solución de alojamiento requerida por el cliente es el modelo “On-premises”, es una solución y equipamiento residente en las instalaciones del propio cliente. Cuyos requerimientos técnicos de detallan continuación:

- 4 servidores (independientemente de si son físicos, virtuales o un modelo híbrido de ambos tipos)
- Sistemas Operativos: Debian Squeeze, Debian Wheezy, Redhat 5.7 o Redhat 5.8 – Cualquier sistema operativo basado en Linux puede soportar la instalación.
- Filesystem / 20GB
- Filesystem /media/data 40GB
(el espacio del Nodo2 está sujeto al número de ficheros almacenados en la comunidad)
- Certificado SSL (opcional)
- LAN bandwidth 1 Gbps
- WAN bandwidth 60 Mbps



3.4 Implantación

3.4.1 Toma de datos inicial

Siguiendo la descripción del cliente, se establecen los siguientes puntos como necesidades para la implantación del proyecto:

REQUERIMIENTOS OPERATIVOS

A continuación se presentan los requerimientos operativos de la plataforma de comunidades virtuales (miComunidad):

- Exclusividad: miComunidad deberá ser un entorno únicamente para empleados
- Seguridad: el acceso al contenido de cada comunidad virtual estará restringido sólo a empleados.
- Personalización: las comunidades virtuales deberán poderse configurar con mensajes de bienvenida, logos de asociaciones, etc. de acuerdo a las necesidades de cada comunidad.
- Disponibilidad: los empleados deberán tener acceso en todo momento a los compañeros y los contenidos de su Comunidad Virtual sin necesidad de reunirse (Servicio 7x24)
- Organización: miComunidad deberá estar dotada de funcionalidades que permitan ordenar la información de manera sencilla y eficaz (proyectos/tareas).

REQUERIMIENTOS FUNCIONALES

Los usuarios deberán poder crear documentos, discusiones y tareas, teniendo el moderador otras más adicionales a éstas.

Actualmente las 3 funcionalidades de mayor utilización en la plataforma y que permiten la interacción entre los miembros de la comunidad son:

- Discusión (chat): es la herramienta más operativa al ser la más ágil de la plataforma. Deberá permitir la interacción de los miembros de la Comunidad a través de preguntas y respuestas.
- Documento/ Archivo: Posibilidad de crear o cargar documentos o archivos de cualquier tipo (Word, Excel, Power Point, etc) que puedan ser compartidos por los miembros de la Comunidad. Cada miembro de la comunidad o del Proyecto puede acceder y actualizar su contenido tanto el documento como la carga de archivo disponen de un “control de versiones”.
- Proyecto: Los proyectos son una funcionalidad que debe permitir organizar el trabajo de una forma eficiente. Dentro del proyecto se pueden usar las mismas funcionalidades que en el resto de la Comunidad: Discusiones, documentos, etc... asimismo deberá poseer sus propias funcionalidades:



- El calendario donde aparecen reflejadas todas las tareas y la actividad del proyecto.
 - Las tareas son actividades que uno se puede asignar así mismo o que el moderador puede asignar a los miembros del grupo.
 - Las encuestas, la comunidad dispone de un módulo para crear encuestas muy sencillas dentro del proyecto.
- Video Conferencias: La plataforma deberá disponer de una sala de videoconferencias disponible para los miembros de cada comunidad.

A pesar de que miComunidad proporcione una gran variedad de funciones, la utilización de las mismas debe requerir de pasos muy similares y sencillos para:

- Iniciar un discusión:
 1. Introducir el nombre y descripción de la discusión.
 2. Adjuntar los archivos que se consideren necesario.
- Crear un documento:
 1. Decidir si crear un nuevo documento o cargar un archivo existente.
 2. Introducir el nombre y descripción de la discusión.
 3. Adjuntar los archivos que se consideren necesario.
- Crear una encuesta:
 1. Introducir el nombre y la pregunta que se desea realizar.
 2. Determinar fecha de activación y finalización.
 3. Introducir las posibles opciones de respuesta.
- Crear una proyecto:
 1. Decidir en qué comunidad se va a activar.
 2. Introducir el nombre y los objetivos detallados.
 3. Determinar la fecha de finalización. (Ilustración 15)

PERFILES

La comunidad deberá disponer de dos tipos de perfil entre los miembros de la misma:

1. Usuario Estándar: podrá realizar todas las acciones definidas en cada funcionalidad.
2. Usuario Moderador: con la capacidad de crear proyectos, convocar reuniones a través de la sala de videoconferencias, hacer encuestas.....

SUBCOMUNIDADES

Las sub-comunidades se utilizan cuando es necesario determinados grupos dentro de una misma comunidad con cierta independencia.

Modelo de trabajo

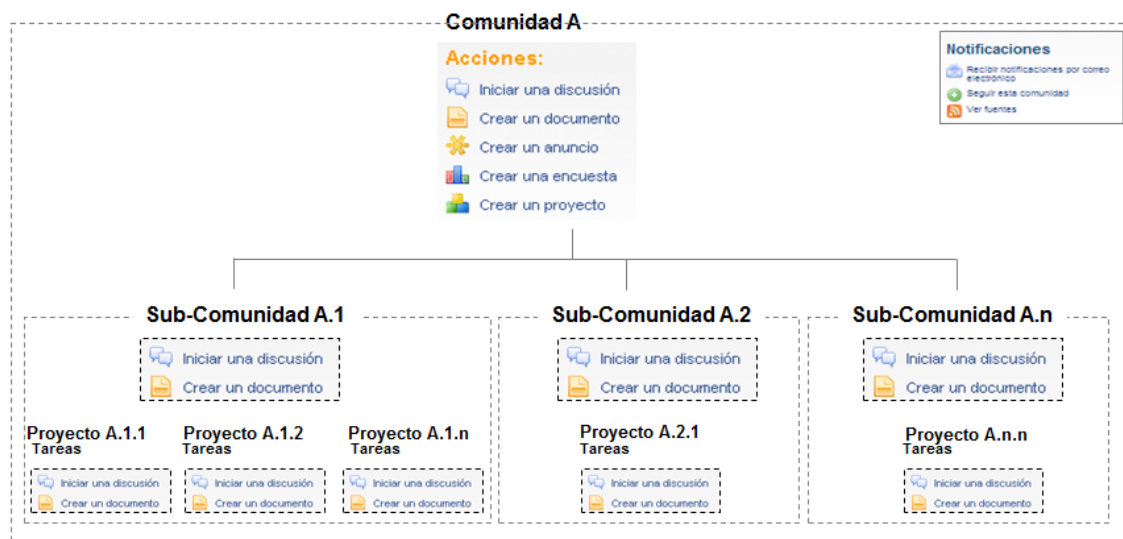


Ilustración 14: Modelo de trabajo en las comunidades

INFORMES

Mensualmente, el proveedor generará una serie de informes para hacer el tracking de uso de las comunidades:

- Comunidades.
- Comunidades Activas.
- Usuarios.
- Usuarios activos.

Además se podrán requerir informes ad hoc.

3.5 Funcionalidades cubiertas por Zyncro

De forma nativa, el producto a implantar ofrece solución a los siguientes puntos anteriormente citados:

- Exclusividad // Seguridad // Personalización // Disponibilidad // Organización: Los usuarios se agrupan en organizaciones y cada una de ellas es cerrada en cuanto a la información que contiene (sólo los miembros de una organización podrán ver a los miembros de ésta, sus noticias corporativas o sus grupos). Del mismo modo, el aspecto de cada comunidad es personalizable a través de reglas de CSS (logos, colores corporativos...).
- Chat: Herramienta de mensajería instantánea entre varios miembros de una misma organización. Permite la interacción tanto de usuario a usuario como la creación de salas en las que participen varios usuarios.
- Documento/Archivo: Integración de servicio de editores de texto de terceros (Google Docs) que ofrece las funcionalidades de coauditoría. Los ficheros se



alojan directamente en un gestor de archivos por grupo, con un sistema de versiones siguiendo los permisos de usuario por cada uno de estos grupos.

- Proyectos: Zyncro dispone de los grupos de trabajo donde se localizan las secciones de discusión y gestión de ficheros. Del mismo modo existe un gestor de tareas en la que los usuarios pueden asignar tareas a miembros del grupo o anidarlas en subtareas.
- Videoconferencia: Integrada la herramienta Vitam que permite la conversación de 1 a N usuarios (la limitación viene impuesta por hardware de cliente; sin problemas hasta 15 conexiones por llamada).
- Perfiles: Zyncro tiene 2 sistemas de permisos básicos; los usuarios moderadores serán los que tengan permisos tanto de organización como de grupo, los estándar los que carezcan de ellos:
 - Permisos de la organización: son aquellos que definen las funcionalidades que el usuario puede utilizar a nivel global, tales como publicador corporativo, creador de grupos (proyectos) o administrador.
 - Permisos de grupo: existen diferentes opciones que pueden asignarse dentro de un grupo y permiten diferenciar si pueden comentar en una discusión, subir ficheros o invitar a nuevos miembros.
- Subcomunidades: Para la subcomunidades existe la opción de Grupos y subgrupos, que permiten limitar la visibilidad de documentación a diferentes niveles dentro de un mismo grupo, cumpliendo el modelo de permisos heredados.
- Informes: Prácticamente toda la actividad realizada por un usuario en Zyncro se registra en una base de datos de Business Intelligence. Actualmente la explotación de dichos datos se realiza a través de la herramienta Pentaho, en la cual se definen diferentes informes acordados con el cliente. Varios informes de ejemplo, sin carácter limitativo:
 - Número de logins por cuenta de correo electrónico.
 - Número de publicadores por organización.
 - Información diaria de grupo (resumen de mensajes, archivos y participantes).
 - Ficheros subidos por usuario.
 - Mensajes nuevos por fecha.
 - Mensajes nuevos por usuario.
 - Ficheros nuevos subidos por fecha.
 - Número de búsquedas por fecha.
 - Listado de búsquedas por usuario.
 - Número de logins por fecha.
 - Tiempo de respuesta de un usuario en un grupo.
 - Etc.

Los informes se generan en tiempo real con la información obtenida hasta el día anterior, siendo varios campos de los mismos seleccionables en su generación (elegir usuario, organización, grupo, rango de fechas...). En caso que TechSocial ya disponga de una herramienta de Inteligencia de Negocio (Business Intelligence BI) de uso propio, es posible la importación de los datos para su explotación a través de dicha herramienta.



3.6 Desarrollos AddHoc

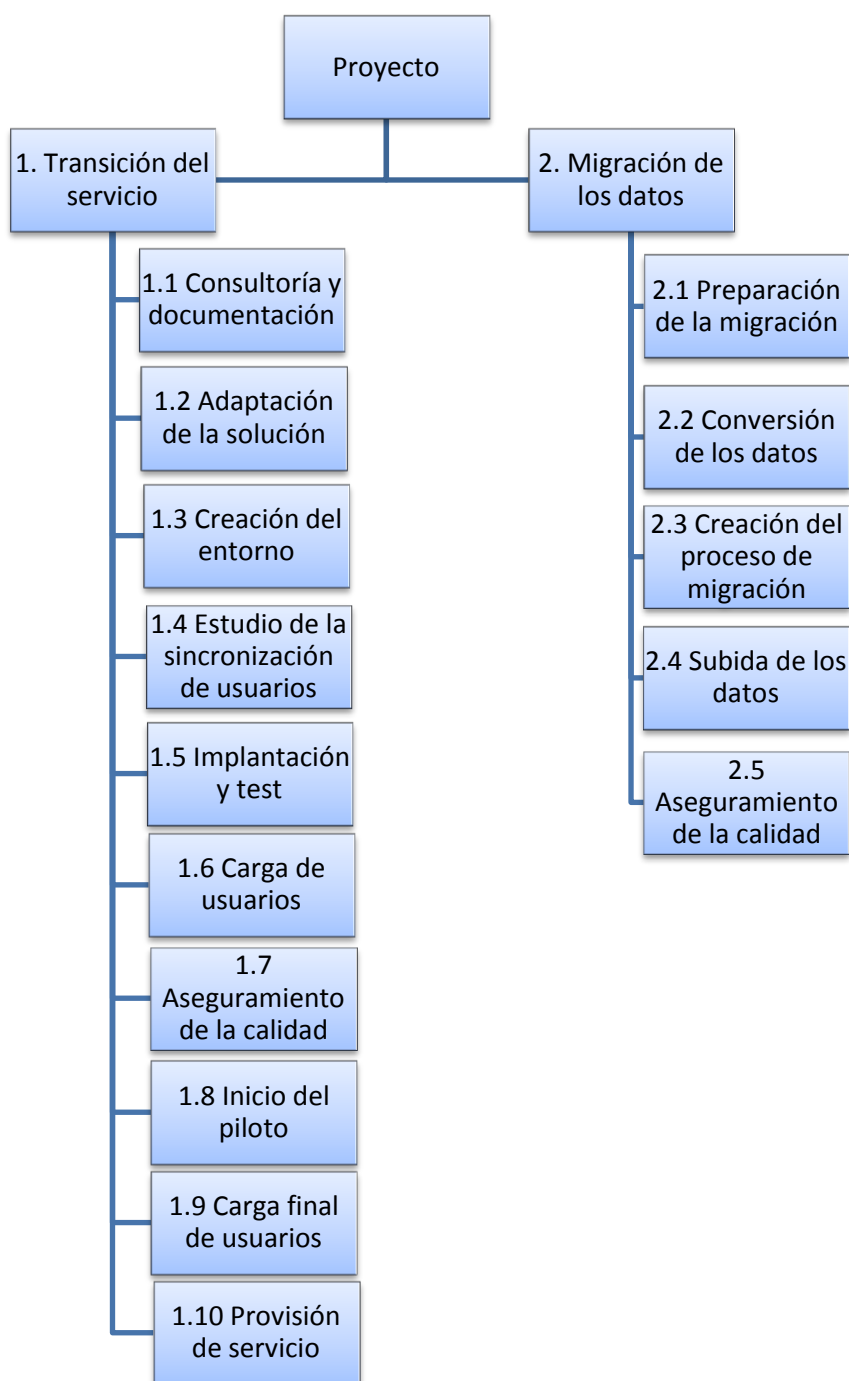
Los siguientes desarrollos deberán realizarse para dar completa cobertura a los requisitos del proyecto:

- Integración de un sistema de inicio de sesión único (Single Sign On, SSO): en función del sistema de credenciales elegido por el cliente para la integración con la plataforma Zyncro, se establece un desarrollo que permita el acceso directo a la Red Social sin la necesidad de volver a validar el usuario una vez que éste haya entrado correctamente en el portal.
- Personalización del layout. Adaptación del diseño a las pautas de estilo de la página de TechSocial, siendo la base para las posibles personalizaciones que realice cada comunidad.
- Visualización de un calendario por cada proyecto; en las vistas de grupo se incluirá un widget de Calendario que muestre los días que tienen tareas o eventos asociados y que al pulsar sobre ese determinado día se visualice el detalle de dichos eventos.
- Creación de los informes personalizados en función de los datos críticos para TechSocial.
- Procesos de exportación y carga de los datos (Plan de Migración).

3.7 Descripción de la estructura y las fases del proyecto

A continuación se detalla la estructura de desagregación o “Work Breackdown Structure” (WBS) planteada para la implantación de la red social y se describen cada una de las fases de dicha implantación.

3.7.1 WBS





3.7.2 Fases del proyecto

Transición del servicio

FASE I: Consultoría y documentación.

Acción de análisis de la comunidad actual que está siendo utilizada por el personal de TechSocial. Estudio de todas las funcionalidades y necesidades de la misma y definición de la solución técnica. Preparación de un plan de proyecto en el que se establecerán los hitos del inicio del servicio. Al final de esta fase se generarán los entregables siguientes:

- Propuesta técnica detallada.
- Calendario de los posibles nuevos desarrollos.
- 2 Maquetas de la solución propuesta (propuesta gráfica y funcional).

FASE II: Adaptación de la solución.

Fase de desarrollo de los cambios propuestos en base al análisis previo de los entornos actuales del cliente. Se establecerá un calendario de entregas así como se acordará con TechSocial la aprobación y propuestas de mejora de los mismos.

FASE III: Creación del entorno.

Tareas de preparación de todos los servidores dedicados para el servicio de TechSocial (sistema operativo, bases de datos, redes, servicios de aplicación). Aplicación al producto de todos los cambios desarrollados en la fase anterior. Se realizarán todas las pruebas de QA del entorno así como la integración con usuarios de test con los sistemas de TechSocial (pruebas de seguridad, funcionamiento de las integraciones...).

FASE IV: Estudio de la sincronización de usuarios.

Definición de un proceso que sincronice los procesos de gestión de usuarios (alta, baja o modificación) entre la plataforma y el actual sistema de TechSocial. Estudio de las posibles soluciones en función de la estructura actual de la administración de usuarios (sincronización de LDAP, gestión de usuario a través de API...). Propuesta de desarrollo y previsión de fechas.

FASE V: Implantación y test.

Subida al entorno de producción de las funcionalidades descritas en la fase anterior.



FASE VI: Carga de usuarios.

Alta masiva de todos los usuarios de las correspondientes comunidades y generación de la estructura de grupos y departamentos que replique el modelo actual de TechSocial en base al estudio realizado en la fase IV. La elección de las comunidades a migrar se acordará en esta fase (se establecen grupos de clientes que actualmente pertenezcan a comunidades o subcomunidades con colaboración directa que imposibiliten la opción de migrarlas en momentos diferentes) y se realizará por bloques de tal manera que ambos sistemas estén en funcionamiento.

FASE VII: Aseguramiento de la Calidad

Proceso de detección de posibles errores y comprobación del correcto funcionamiento de toda la plataforma.

FASE VIII: Inicio de piloto

Se establece un periodo de tiempo reducido en el que una comunidad de tamaño moderado que actualmente cuente con usuarios activos realice una fase piloto para la detección de posibles cambios o mejoras del aplicativo. En base a lo observado durante dicha fase, se establecerán las bases para la migración del resto de usuarios.

FASE IX: Carga final de usuarios (coincide con la fase IV del proceso de Migración de los Datos)

Carga de toda la información histórica de las comunidades. Inicio del servicio y finalización de uso de la herramienta actual.

FASE X: Provisión de servicio

Situación de producción del aplicativo; seguimiento, mantenimiento y monitorización del mismo. Dicha fase se extiende hasta la finalización del servicio.

Migración de los datos

FASE I: Preparación de la migración

Estudio inicial de la estructura actual de la información. Se deberá revisar cuál es el formato en que la herramienta actual hace la exportación de los datos y cuál de toda ella será necesario importar al RSC (JIVE dispone de un servicio de API para la gestión de los datos similar al de Zyncro; deberá evaluarse el modelo de datos de TechSocial y la posibilidad de mantener el histórico con todas las referencias iguales). En función de la tipología se valorarán las diferentes posibilidades:

- Registros en base de datos: Actividad de los usuarios así como información relativa a textos o artículos directamente guardados en la base de datos.
 - Definición del modelo intermedio de datos: descripción de la base de datos o repositorio que albergará la información que se utilizará en el proceso de importación.
 - Descripción de las relaciones de entidades entre la estructura de RSC y los datos actuales.
- Archivos: Análisis del repositorio y formatos en que se ofrecen los archivos.
 - Estudio de los formatos de los archivos y comprobación de compatibilidades con los visores por defecto de Zyncro.
 - Conversión de los archivos en caso de ser necesario.

Tras eso se diseñará el proceso que realice la carga de datos en base a las relaciones estudiadas en los puntos anteriores.

FASE II: Conversión de los datos

Preparación y adaptación de los contenidos para realizar la carga masiva de los mismos en un servicio intermedio que permita su posterior tratamiento. En función de su naturaleza se realizará en un repositorio de archivos o se importarán los registros en una base de datos de extensión.

FASE III: Creación del proceso de migración

Desarrollo de los procesos/scripts que realizarán la conversión de los datos en la BDD a través de los diferentes métodos y funciones que ofrece la API de Zyncro. Se establecerán peticiones acorde a la naturaleza de los registros a introducir en la nueva plataforma y se mantendrán las relaciones que se hayan establecido durante el análisis de la Fase I.

FASE IV: Subida de los datos

Carga de todo el contenido en los correspondientes repositorios de información de RSC (mensajes de grupos, ficheros, departamentos...). Esta fase se realizará en 2 bloques, siguiendo las fases VI y IX del plan de Transición del servicio).

FASE V: Aseguramiento de la Calidad

Revisión del material subido y la correcta visualización por parte de los usuarios de los mismos.

3.7.3 Duración total del proyecto

Se establece un periodo de 9 semanas orientativas y que conforman una estimación de la duración de las siguientes **actividades** del plan de transición:

1. Consultoría y documentación (Fase I)
2. Adaptación de la solución (Fase II)
3. Alta de la plataforma de colaboración (Fase III)
4. Acceso al entorno colaborativo y test (Fase VI y V)
5. Carga de usuarios (Fase VI)
6. Test y aseguramiento de la calidad (Fase VII)
7. Plan de formación. (Fase VIII y IX)

Una vez realizadas estas 7 actividades, se tendrá un entorno listo para arrancar con el servicio.

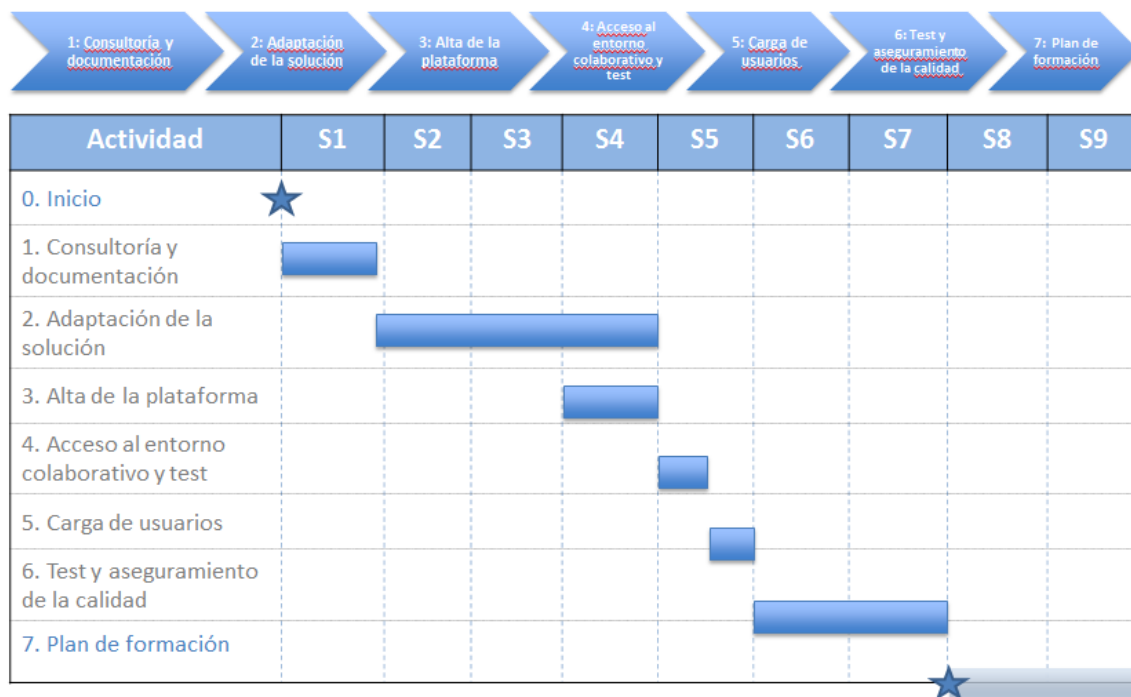


Ilustración 15: Duración total del proyecto

3.8 DAFO del proyecto

| Fortalezas | Debilidades |
|---|--|
| Ambos sistemas están consolidados como referencias en las redes sociales y comparten bases estructurales y conceptos similares | La sustitución de una herramienta siempre conlleva una gestión de cambios de un colectivo no directamente ligado a la tecnología y puede suponer la sensación de "pérdida" en caso de no transmitirse correctamente el nuevo modelo. |
| Los 2 sistemas poseen herramientas de integración y gestión de datos | La gestión centralizada de los usuarios en un sistema externo a Zyncro. |
| Zyncro provee de forma nativa solución a un alto porcentaje de funcionalidades requeridas, siendo los desarrollos y el posible impacto en el producto muy reducido. | Inicio de proyecto en tiempos ajustados. |
| La herramienta es intuitiva y la necesidad de formación para los usuarios para el uso más común es reducida. | |
| La coexistencia de los sistemas posibilita un proceso de roll back seguro. | |
| Oportunidades | Amenazas |
| Los primeros pilotos ofrecerán posibles puntos de mejora de los usuarios. | Problemas en las referencias temporales de los registros (los intercambios de información a través de APIs generan registros nuevos y serán corregidos tras la migración) |
| La gestión de informes permite obtener indicadores clave sobre el uso de la herramienta así como de los posibles intereses de las comunidades | |

Tabla 5: DAFO del proyecto

3.9 GESTIÓN DEL CAMBIO

TechSocial se dispone a pasar del modelo actual de comunidades con Jive a una solución flexible que le permita pagar en función del número de usuarios activos.

La envergadura de un proyecto de estas características, tanto en alcance organizativo como en adaptación funcional a un nuevo modelo de trabajo, no está exenta de riesgos. Para mitigar estos riesgos se hace necesario definir un Plan de Gestión del Cambio y Transformación.

La gestión del cambio y la transformación es el conjunto de acciones que tienen como misión preparar a las personas para que el cambio suceda en el tiempo y forma deseados.

- Esto se logra a través de:
 - El aprovechamiento del liderazgo.
 - El manejo y la difusión de la información.
 - La instrucción y capacitación del personal.
 - La presencia y el apoyo a todos los niveles de la organización.
 - El soporte a las actividades propias del proyecto de cambio.
- La gestión efectiva del cambio es fundamental para el proyecto porque brinda:
 - El apoyo y respaldo de la Dirección como clave de éxito.
 - La comunicación continua a las personas.
 - El aseguramiento en la capacitación del personal de TechSocial involucrado en el proceso de cambio hacia el nuevo modelo de gestión.
 - La potenciación del trabajo en equipo.
 - La posibilidad de detectar las áreas y factores de riesgo para el desempeño del proyecto.
 - La posibilidad de ajustar y alinear las expectativas de la organización relativas al proyecto.

Estos retos se ven influenciados asimismo por el elevado número de usuarios que se verán involucrados.

El proceso de cambio ha de ser participativo e integral siendo imprescindible que, antes, durante y posterior a la implantación se lleven a cabo una serie de acciones integradas, sustentadas con una fuerte implicación de las personas que intervienen en el proceso de decisión e implantación del cambio.

Si las personas pertenecientes al ámbito del proyecto perciben que no se cuenta con ellas, se generará una sensación de “imposición” que potenciará la resistencia que normalmente genera cualquier cambio, creando comportamientos y actitudes contrarias al éxito en el proyecto de implantación.



Cualquier proceso de cambio que afronta una organización genera un conjunto de resistencias en las personas que forman parte de ella. Estas resistencias pueden manifestarse en niveles de desconcierto, rechazo, ausencia de implicación, etc.

3.10 Diagrama de Gantt

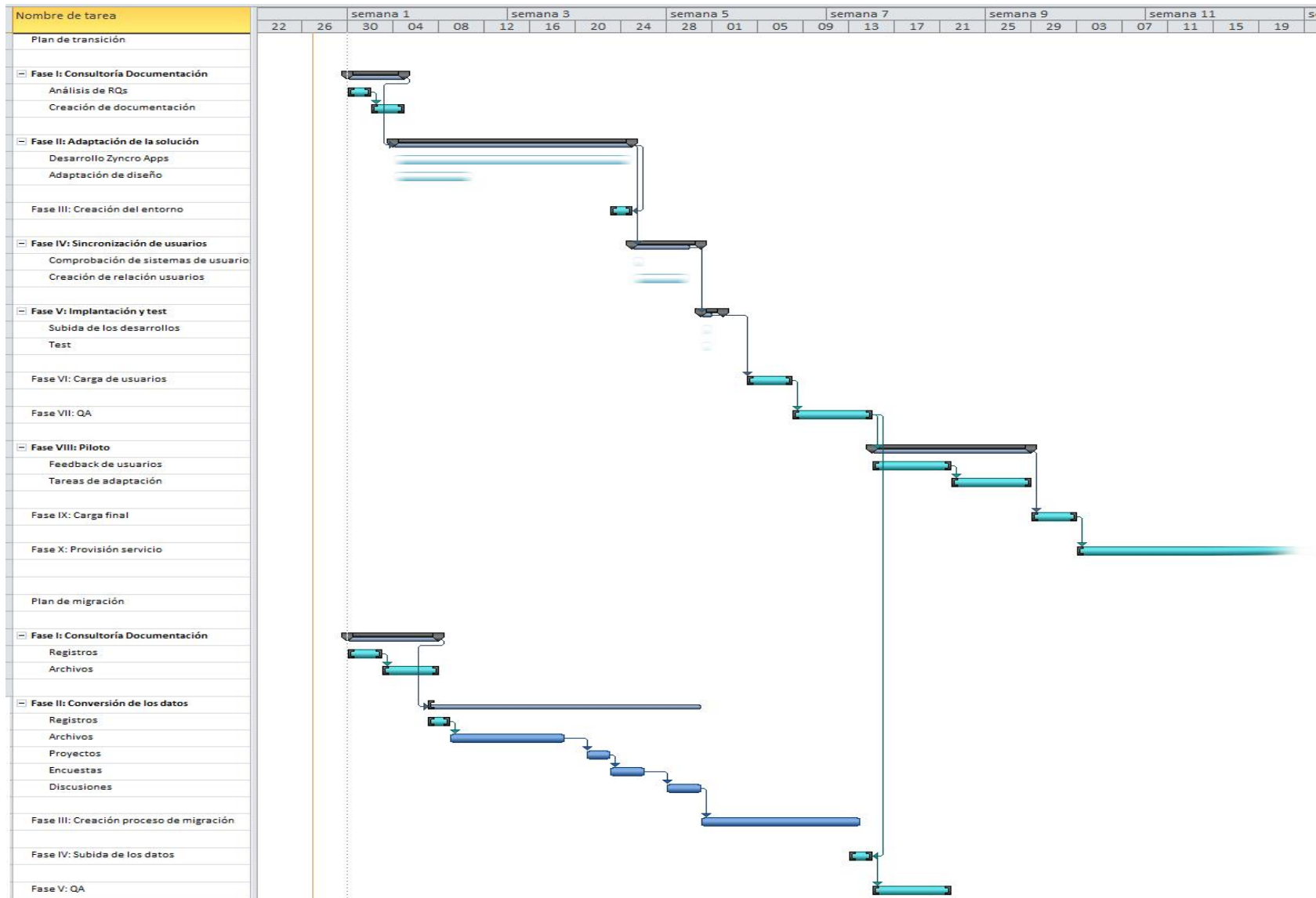


Ilustración 16: Plan de proyecto



3.11 EQUIPOS DE TRABAJO

Seguidamente mostramos la estructura y composición del equipo de proyecto propuesto por la empresa elegida. A continuación se muestran los perfiles clave del proyecto.

La realización del presente proyecto exige la colaboración continua entre el equipo de trabajo aportado por Zyncro y el personal de TechSocial que debe actuar como interlocutor necesario en:

- La aportación de los datos iniciales necesarios sobre el funcionamiento actual de la herramienta y sus procesos asociados.
- La discusión y aprobación, si procede, de los nuevos procesos y herramientas a implantar.
- La gestión colaborativa y el soporte necesario al personal de Zyncro en la realización de su trabajo.

3.11.1 Equipo de trabajo propuesto por la solución elegida

El equipo de trabajo propuesto estará compuesto por:

- Jefe de proyecto, responsable de la coordinación de las tareas técnicas y de arquitectura del proyecto.
- Analista programador especialista en tecnología para el estudio funcional y orgánico de las herramientas.
- Administrador de sistemas encargado de la gestión de estructura del proyecto.
- Equipo de desarrolladores especialistas en Zyncro en su adaptación a la solución del cliente.
- Formadores con experiencia docente en las materias objeto de esta implantación.

3.11.2 Equipo de trabajo estimado a aportar por Techsocial

A expensas de una definición más detallada, se estima que deberían estar involucrados en el proyecto una serie de recursos con los siguientes perfiles profesionales:

- Un Director de Proyecto.
- Un responsable del área implicada en el cambio tecnológico.
- Técnicos responsables de cada tecnología.

En Gestión del Cambio se prevén los siguientes perfiles profesionales:

- Un responsable de Gestión del Cambio y de la Transformación que realizará las labores de coordinación y ejecución de las actividades de Gestión del Cambio, Plan de Comunicación, Formación y Capacitación y despliegue de Dinamizadores en la puesta en marcha.
- Responsable de Comunicación Interna para los usuarios finales del aplicativo.

3.12 PRESUPUESTO

En esta sección se presenta el presupuesto de la implantación y licenciamiento de la solución.

A continuación [Tabla 6] se muestra el coste de los diversos servicios detallados por la categoría del personal que realizará los trabajos [Tabla 7].

El diseño corporativo incluye las modificaciones de apariencia que requiere el proyecto. Los Conceptos de servicios van referidos a la instalación de la solución en la infraestructura del cliente (*), los desarrollos acordados, la migración de Jive a Zyncro y las distintas fases de implantación, entre las cuales está la consultoría del propio proyecto.

| Concepto | Categoría del personal | Dedicación (personas semana) | Horas de dedicación totales | Coste/hora | Coste imputable |
|---|---------------------------|------------------------------|-----------------------------|------------|--------------------|
| Diseño corporativo | Desarrollador | 5 | 80 | 55,00 € | 4.400,00 € |
| | Analista | 1 | 4 | 60,00 € | 240,00 € |
| | Jefe de Proyecto | 1 | 2 | 75,00 € | 150,00 € |
| Coste Diseño corporativo | | | | | 4.790,00 € |
| Servicio de instalación y soporte | Analista | 1 | 8 | 60,00 € | 480,00 € |
| | Jefe de Proyecto | 1 | 4 | 75,00 € | 300,00 € |
| | Administrador de Sistemas | 4 | 76 | 55,00 € | 4.180,00 € |
| Coste Servicio de instalación y soporte | | | | | 5.000,00 € |
| Servicio de desarrollo y migración | Analista | 1 | 40 | 60,00 € | 2.400,00 € |
| | Jefe de Proyecto | 1 | 40 | 75,00 € | 3.000,00 € |
| | Administrador de Sistemas | 1 | 20 | 55,00 € | 1.100,00 € |
| | Desarrollador | 2 | 240 | 55,00 € | 13.200,00 € |
| Coste Servicio de desarrollo y migración | | | | | 19.700,00 € |
| Coste Total | | | | | 29.490,00 € |

Tabla 6: Desglose de los trabajos a realizar.

| Perfil profesional | Precio Hora(€) |
|---------------------------|----------------|
| Administrador de Sistemas | 55 |
| Jefe de proyecto | 75 |
| Analista | 60 |
| Desarrollador | 55 |

Tabla 7: Coste por perfil profesional



A continuación se muestra la tabla resumen de los conceptos de Servicios anteriormente detallados y de la partida de licenciamiento, la cual es un concepto de coste anual que incluye el uso de la solución.

| Concepto | Precio(€) |
|--|-------------|
| Licencias de usuario Anual (1400 usuarios) | 50.600,00 € |
| Diseño corporativo | 4.790,00 € |
| Servicio de instalación y soporte | 5.000,00 € |
| Servicio de Desarrollo y migración | 19.700,00 € |

Tabla 8: Presupuesto Inicial

* El coste del hw no está incluido en la propuesta, ya que el cliente ya dispone de esa infraestructura del anterior proveedor.

En los costes anteriormente citados no se incluye el IVA

3.13 Nuevos desarrollos

El presente documento valora un alcance de proyecto delimitado. Para posibles nuevos desarrollos o adaptaciones que se soliciten se ofrece una bolsa de 10 horas de desarrollos adicionales. En caso de requerir cualquier cambio que exceda esta bolsa de horas, debería valorarse aparte y acordarse.

Capítulo 4

Proyecto de Servicios Post-venta

4.1 Plan de formación

El proveedor posee una división específica de formación; Zyncro Learning Institute. Desde la misma aseguran la calidad de transmisión de la información es alta y que la misma sea efectiva consiguiendo que las personas adquieran conocimientos y destrezas que luego apliquen en su día a día del trabajo, siendo así más competitivos.

Para conseguirlo cuentan con profesionales altamente cualificados, un método de trabajo, unos cursos y unos medios (físicos y online) orientados a conseguir los objetivos definidos.

Ofrecen cursos estándar y cursos personalizados. Estos pueden ser de tipo taller (con ejercicios) o más teóricos (cursos), en el puesto de trabajo (training on job) o en aulas especialmente habilitadas.

Dan formaciones de distintas temáticas: usuario, usuario administrador, dinamización y community management, implantación, formación de formadores, técnica y desarrollo, explotación técnica del sistema, entre otras... y en diferentes idiomas.

Además ponen a disposición un programa de certificación de los alumnos y otro de mejora continua mediante encuestas a los mismos que permiten detectar puntos de mejora después de cada acción formativa.

Para mostrar la validez de esta actividad de control, se entrega (previo acuerdo con Techsocial) los siguientes informes correspondientes a toda la actividad de formación y las personas capacitadas:

- Informes de la evaluación de los cursos realizados
- Informes de las notas obtenidas por las personas formadas



4.1.1 MODELO DE FORMACIÓN

OBJETIVO

Los dos objetivos principales que se establecen en esta propuesta de formación son:

- 1.- Capacitar a un equipo de usuarios administradores y usuarios clave para que puedan:
 - Gestionar usuarios
 - Definir la parametrización
 - Dar apoyo a los usuarios finales en cuanto a:
 - Praxis de uso de la aplicación
 - Resolución de incidencias
- 2.- Conseguir que los usuarios finales:
 - Conozcan la aplicación y sepan usarla
 - La apliquen en su día a día profesional
 - Sepan dónde dirigirse en caso de duda o desorientación

MÉTODO

Para llevar a cabo la capacitación de estos dos grupos (usuarios administradores/usuarios clave y usuarios finales) proponen acciones directas para el grupo de usuarios administradores/usuarios clave y acciones a través de un grupo de formadores de Techsocial y otras acciones a través de medios online para el grupo de usuarios finales.

Para el equipo de usuarios administradores y usuarios clave

Curso usuario básico nivel 1 y 2

- Modo a distancia o presencial

Curso usuario administrador

- Modo a distancia o presencial

Para los usuarios finales

En el ámbito de las Redes Sociales Corporativas, el nivel de familiarización inicial y la facilidad de comprensión y aprendizaje son muy variados y a la vez determinantes a la hora de configurar una formación adaptada al nivel de cada persona.

Las personas más jóvenes y/o más técnicas probablemente tendrán una predisposición mucho más rápida para aprender por el bagaje que llevan acumulado y la incorporación natural de los medios 2.0 que se ha producido en sus vidas. Otras personas, en cambio, puede que entren por primera vez en este tipo de sistemas y les cueste más aprenderlos, incluso es posible que se sientan incómodas delante de estos nuevos retos.

Por ello se propone que se establezcan diferentes escenarios de “roadmap” en función del nivel que cada usuario “auto reconozca” para que cada persona se sienta acompañada en este proceso de capacitación según sus necesidades.



Seguidamente se establecen dos caminos. Cada usuario final será asignado a uno u otro camino.

Camino 1 – Acompañamiento y formaciones presenciales, orientado a las personas que necesitan más apoyo

Se capacitará a un equipo de formadores de Techsocial recibiendo la misma formación que el equipo de usuarios administradores y usuarios clave, es decir, participarán en los cursos:

Curso usuario básico nivel 1 y 2

- Modo a distancia o presencial

Curso usuario administrador

- Modo a distancia o presencial

Y además recibirán también la siguiente capacitación:

Curso formación de formadores

- Modo a distancia o presencial

Camino 2 – Apoyo, contenidos de lectura y autoformativos, orientado a personas que necesitan menor apoyo.

Se pondrá a disposición de los usuarios un material consistente en:

- Guías de usuario
- Vídeos de las formaciones
- Cuaderno de ejercicios
- Test de autoevaluación
- Para saber más (fuentes de información)

También se harán acciones para comunicar la existencia de estos materiales al dicho grupo.

4.1.2 PLAN DE FORMACIÓN

La planificación exacta de las tareas estará supeditada a las fases y fechas del proyecto. Las principales tareas que se ejecutarán son:

- Preparación de los cursos y los materiales antes de tener operativo el sistema.
- Formaciones a usuarios administradores y usuarios clave al inicio del proyecto.
- Formaciones a formadores y entrega del manual adaptado cuando el sistema ya esté operativo (o lo esté prácticamente) pero todavía no haya empezado a ser usado por las comunidades.
- Inicio de la formación a usuarios finales por parte de los formadores internos.

- Difusión de acciones formativas y materiales de apoyo durante el proceso de comunicación y formación de los usuarios.

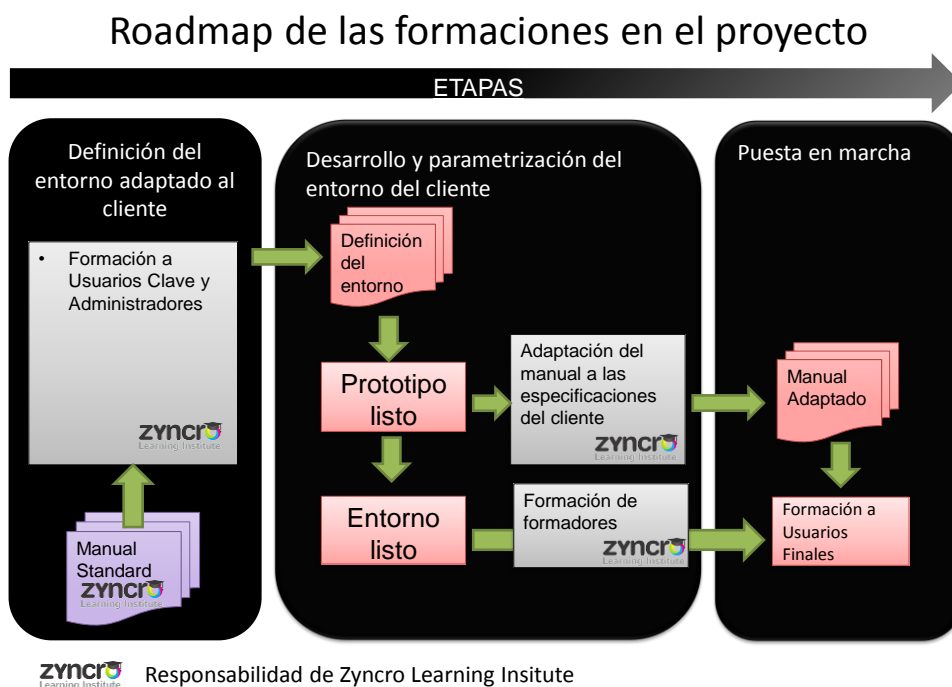


Ilustración 16: Roadmap de las formaciones

4.1.3 PUESTA DISPOSICIÓN DE TUTORIALES

ENTREGABLES

Las acciones formativas se acompañan con material que permite realizar las capacitaciones mediante autoformación.

En concreto se entrega siempre, de los siguientes cursos:

- Usuario de Zyncro niveles 1 y 2
- Usuario Administrador
- Formación de formadores

El siguiente material:

- Guías de usuario
- Vídeos de las formaciones
- Cuaderno de ejercicios
- Test de autoevaluación
- Para saber más (fuentes de información)
- Presentación del profesor e instrucciones para el docente (en el caso del curso de Formación de Formadores)



4.1.4 FORMACIÓN PRESENCIAL

Se podrán realizar formaciones presenciales en las instalaciones de TechSocial o en las del proveedor.

También se ofrecen formaciones presenciales online, usando medios telemáticos que permiten el control de atención del alumno y combinando ejercicios que el profesor puede comprobar en el momento para verificar la comprensión de los conocimientos adquiridos por parte de los alumnos.

También se ofrecen cursos abiertos donde se podrá inscribir a los nuevos empleados después de la implantación del sistema, asegurando así la capacitación no sólo de las personas que hay hoy en la organización, sino también de futuras incorporaciones.

4.2 Servicios de soporte y mantenimiento postventa

El mantenimiento de fabricante y Soporte del Servicio incluye los siguientes servicios:

4.2.1 Mantenimiento software de fabricante

- Mantenimiento Correctivo: todos aquellos desarrollos que corrigen funcionalidades que no se ejecutan de la manera prevista. Todos los correctivos se agrupan en subreleases que no requieren parada de servicio y se aplican una vez al mes. Ejemplo: Release 4.X y versión 4.X.Y.
- Mantenimiento Preventivo: son aquellos desarrollos que se aplican para evitar posibles errores o fallos en la plataforma. Estos desarrollos se aplican a la siguiente versión a desplegar y se aplican cuatrimestralmente. Ejemplo: Versión actual 4.X se aplican los desarrollos preventivos con la 4.X+1.
- Mantenimiento Evolutivo: son aquellos desarrollos de producto que añaden nuevas funcionalidades a la plataforma. Se despliegan de manera cuatrimestral. También denominados evolutivos de Core. Ejemplo: Versión actual 4.X se aplican los evolutivos generando la 4.X+1.
- Evolutivos Plataforma Mobile: La plataforma mobile sigue la misma política de mantenimiento software, generando nuevas versiones cada 6 meses aproximadamente.



4.2.2 Soporte y monitorización

Modelo de servicio

El modelo de Servicio que propone Zyncro para la atención de usuarios se basa en una solución integrada que a través de diferentes canales de entrada permita el acceso a los servicios necesarios para un soporte funcional.

Se establece dicho servicio como un Único Punto de Contacto (Single Point of Contact - SPOC) para todo de tipo de incidencias/consultas/peticiones de los usuarios. Con ello se facilita la centralización del conocimiento y eficacia de resolución para los usuarios.

4.2.3 Service Desk

El servicio de atención a usuarios está diseñado de una forma suficientemente versátil para acomodarse a un número determinado de usuarios siendo además posible su ampliación.

La solución multicanal opera de forma integrada, lo cual permite a los usuarios decidir cualquiera de los canales habilitados según sus necesidades y/o preferencias, manteniendo en todo momento la homogeneidad del servicio.

La atención básica es independiente del canal de entrada, esto es, se seguirá siempre la misma línea de atención para todos los clientes, estableciendo unos mínimos de calidad y excelencia, y dando el mayor soporte o solución posible ante la solicitud que tenga el usuario.

Descripción del servicio

El servicio se adapta a un modelo de trabajo ITIL de Soporte del Servicio. Se genera un grupo de trabajo de primer nivel que estará en contacto con los usuarios. El flujo de cualquier petición o incidencia de los usuarios sería el siguiente:

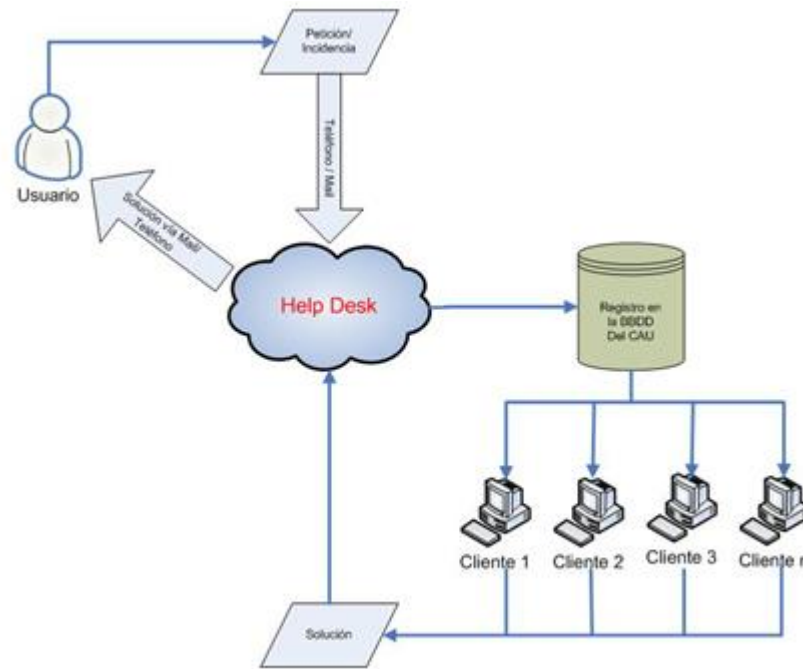


Ilustración 17: Diagrama que representa el flujo de una petición/incidencia

El Service Desk es el primer y único punto de contacto que tendrán los usuarios con los grupos de soporte y sistemas. Tras una evaluación inicial del agente que recibe la solicitud de servicio, determinará si es viable la resolución en línea o si debe realizar un escalado funcional a uno de los grupos encargados del soporte de cada cliente.

Si dicho caso debe ser escalado, el grupo de resolución indicará las acciones realizadas y asignará de nuevo el mismo al Service Desk para la notificación correspondiente al usuario.

4.3 PRESUPUESTO

A continuación se detalla el presupuesto de la formación y el mantenimiento que incluye la monitorización de la plataforma.

| Concepto | Precio(€) |
|---------------------|------------|
| Formación | 1.650,00 € |
| Mantenimiento Anual | 3.300,00 € |

Tabla 8: Presupuesto Post-implantación

Se detalla el coste de los cursos de certificación de dos tipos de usuario, el usuario básico y el usuario con permisos de administrador.

Los costes indicados son válidos para formaciones grupales.

| Certificación | Tema | Horas | Coste |
|-----------------------|---------|--------------|-------------------|
| Usuario | Nivel 1 | 4 | 600,00 € |
| | Nivel 2 | 4 | 600,00 € |
| Usuario Administrador | Nivel 1 | 3 | 450,00 € |
| | | Total | 1.650,00 € |

Tabla 7: Desgloce concepto Formación

En los costes anteriormente citados no se incluye el IVA

4.4 Análisis de resultados de la implantación

En este apartado detallaremos los medidores de éxito del proyecto. Uno de ellos será el uso de una plataforma de Business Intelligence y el otro será estimando el ROI a un año.

A continuación pasamos a detallar ambos medidores.

4.4.1 Análisis de utilización

Podemos analizar los resultados de la organización con una herramienta de business intelligence especializada.

La herramienta de BI conectada a Zyncro ofrece un *dashboard* con información relevante acerca de la actividad en cada comunidad:

A continuación se muestra algunos ejemplos de la apariencia de estos informes.

- ✓ Usuarios: liderazgo, conocimiento. [Ilustración 18]
- ✓ Grupos de trabajo: miembros, archivos
- ✓ Archivos: subidos, descargados
- ✓ Mensajes, comentarios, Me gusta, votos.[Ilustración 19,20]
- ✓ Acceso desde los diferentes dispositivos[Ilustración 21]

En la [Ilustración 18] se muestra de una manera general el estado de la organización, en cuanto a indicadores esenciales para el buen desempeño.



Ilustración 18: Análisis Inicial

En la [Ilustración 19], se muestra la contabilización de los tipos de mensajes publicados, y la media de los mensajes publicados por persona.

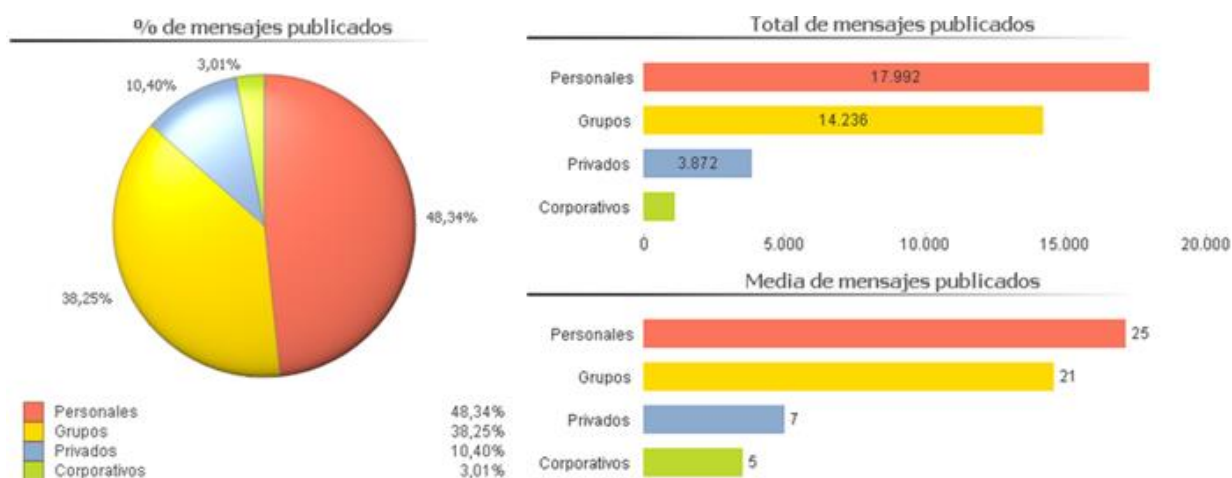


Ilustración 19: Análisis de los mensajes publicados

En la [Ilustración 20], se muestra las interacciones realizadas (me gustas, comentarios y votos) sobre los mensajes publicados.

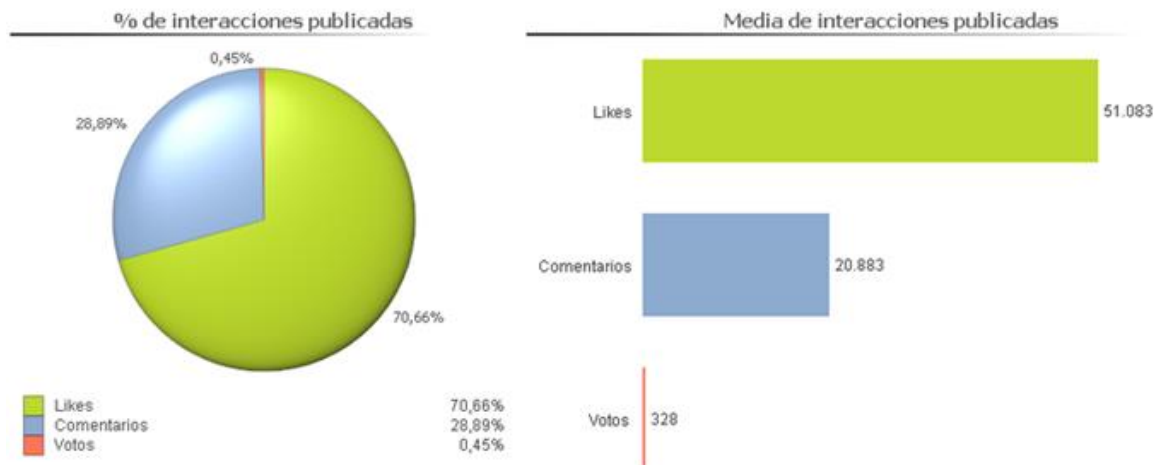


Ilustración 20: Análisis interacciones publicadas

En la [Ilustración 21] se muestra la visión del medio de acceso para publicar en la organización (web, aplicaciones nativas móviles, o Email)

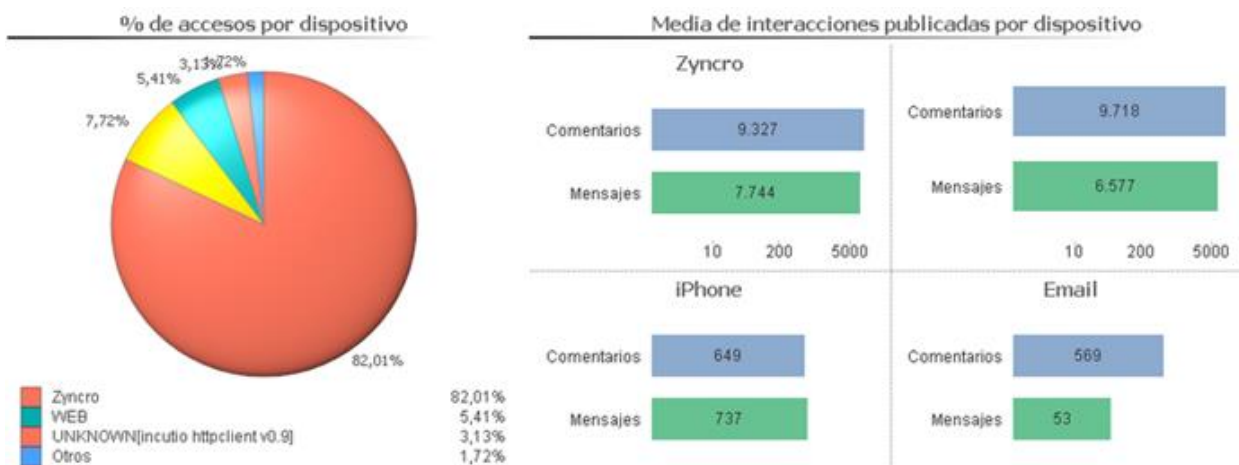


Ilustración 21: Análisis Interacciones por dispositivo

4.4.2 ROI estimado

El ROI nos permite saber si la inversión que se realizará podrá ser amortizada. A priori con el análisis de este parámetro parece que no se podrá vislumbrar el uso positivo que se le da a la solución pero se puede ver que hay parámetros para el cálculo del ROI que van relacionados directamente como indicadores de uso de la solución.

En la siguiente tabla podremos ver un caso práctico con los diversos conceptos que darán un ROI positivo en un plazo de un año y un aumento de la productividad indirectamente.

Podemos categorizar el ROI con diversos parámetros:

Viajes ahorrados: Ayuda a cohesionar los equipos de venta, mejorando el intercambio de información con los clientes, y al mismo tiempo creando una trazabilidad de los clientes visitados por la fuerza de ventas. Al mismo tiempo se reducen los viajes entre sedes de la empresa.

Reuniones ahorradas: Mediante la compartición de casos de éxito y experiencias entre la fuerza de ventas para ser más eficientes y efectivos.

Mejora la satisfacción del empleado, que se siente parte de un equipo al poder aportar valor a la empresa y a su departamento.

Ahorro de tiempo en email e info gestionada: La solución llega a reducir hasta en un 80% el correo interno, con los consiguientes ahorros de costes de gestión e infraestructuras. También a nivel de productividad permite a los usuarios disponer de una comunicación más trazable y fácil de gestionar aumentando su productividad.

| Cálculo del ahorro económico | | | |
|-------------------------------------|-----------------------------|-----------------------|--------------|
| Viajes ahorrados al año por usuario | Usuarios activos que viajan | € / viaje | Total |
| 3 | 100 | 10(**) | 3.000,00 € |
| Horas reuniones ahorradas | Usuarios activos | € / hora del empleado | Total |
| 2 | 1400 | 14,49 (*) | 40.572,00 € |
| Horas gestión e-mail ahorradas | Usuarios activos | € / hora del empleado | Total |
| 2 | 1400 | 14,49 (*) | 40.572,00 € |
| Horas gestión info ahorradas | Usuarios activos | € / hora del empleado | Total |
| 3 | 1400 | 14,49 (*) | 60.858,00 € |
| | | Total | 145.002,00 € |
| Total Ahorro/Beneficio | Inversión | ROI | |
| 145.002,00 € | 85.040,00 € | 170% | |

Tabla 8: ROI del proyecto

* Se calcula el precio por hora medio del empleado partiendo de un salario base de 16.000€ bruto más costes de seguridad social, formación y otros costes de empresa etc.

** Se estima el coste en viajes realizados en la misma ciudad 10 € de media.



La cifra de inversión que se muestra 85.040 €, considera los costes de Licenciamiento, servicios de desarrollo, migración, instalación, diseño, mantenimiento y formación de los usuarios, según se detalla en la tabla:

| Partidas | Coste |
|--|-------------|
| Licencias de usuario Anual (1400 usuarios) | 50.600,00 € |
| | 4.790,00 € |
| Servicio de instalación y soporte | 5.000,00 € |
| Servicio de Desarrollo y migración | 19.700,00 € |
| | 1.650,00 € |
| Mantenimiento | 3.300,00 € |
| Total | 85.040,00 € |

Tabla 9: Coste de inversión

Capítulo 5

CONCLUSIONES

En este capítulo se mostrarán las distantes conclusiones a las que se han llegado, se abordaran en diferentes niveles asociados a la estructura de capítulos seguida en el PFC, es decir, desde la evolución inicial de este tipo de soluciones, el estudio de las diferentes soluciones, la implantación y estudio de resultados.

Las conclusiones más significativas obtenidas en el desarrollo del presente proyecto fin de carrera son:

- **Evolución de los requisitos de las empresas hacia la socialización de procesos**

Ya no sirve sólo con tener una solución social para que las empresas puedan ser colaborativas, si no que se busca socializar procesos de negocios clave para las empresas, es decir, añadir una capa social a procesos ineficientes que permitan solucionar dichas ineficiencias.

Las herramientas que son moldeables y configurables tienen una ventaja competitiva en este nicho de mercado, por lo que la evolución de este tipo de soluciones va muy orientada a esta necesidad.

- **RRSSCC: nuevos mercados, productos y soluciones**

El mercado de las RRSSCC es realmente apetitoso. Nuestra vida personal empieza a ser difícil de entender sin herramientas y espacios, como Facebook, Twitter y demás. No se ha tardado nada en intentar trasladar las ventajas que ofrece ‘lo social’ hacia el mundo de la empresa.

Los grandes fabricantes de soluciones software (Microsoft, Citrix, VMware, IBM, Salesforce) intentan fidelizar a sus clientes existentes con la incorporación de funcionalidades sociales, con mayor o menor fortuna. Su perfil de cliente es grande, con base instalada superior a los 10.000 puestos de trabajo, con ubicaciones multinacionales, donde la seguridad y el compliance son conditio sine qua non. Suelen estar apoyados por las grandes consultoras, que ven una nueva fuente de ingresos en servicios. Predominan las soluciones instaladas en las infraestructuras del cliente...



Jive y Zyncro, están cada vez más presente en soluciones para grandes empresas. Destaca Zyncro por situarse como una solución flexible para todo tipo de empresas, desde Pymes hasta grandes corporaciones.

De todos modos, el mercado es tan grande y las oportunidades de negocio son tantas que hay espacio para todo el mundo

- **Tres puntos clave en la implantación de una RSC**

Del proyecto realizado en los Capítulos 3 y 4 podemos decir que los puntos clave son primordialmente tres.

El primero aborda la migración de la antigua solución a la nueva, esta migración debe ser un éxito, debido a que una pérdida de información puede ocasionarnos grandes perjuicios.

El segundo punto clave aborda los tiempos de ejecución, hay poco margen de error en la estimación, y cualquier error imprevisto o cualquier trabajo mal ejecutado pueden retrasarnos el proyecto.

Y por último comentar, que para que el proyecto sea un éxito y podamos ver resultados positivos, una labor esencial debe ser la formación inicial al personal, y la consecución de un equipo interno que sean embajadores de la herramienta, siempre es mejor saber que puedes preguntar a un compañero cualquier duda de la solución. Con esto, el éxito está más que asegurado.

- **Mejora de la productividad**

Por último, y no por ello menos importante, son los resultados finales.

Teniendo herramientas con las que podemos monitorizar y reportar eventos, campañas... que se lanzen al conjunto de la comunidad podemos analizar estos resultados y ver la penetración que han tenido.

Se dan a los empleados herramientas con las cuales mejorar su día a día, y no ser dependientes del correo electrónico, ya que la comunicación de muchos a muchos por este medio no es factible.

Los empleados tienen la posibilidad de que la información ya no sea de arriba-abajo en la escala organizativa si no también al revés, esto creará una mayor satisfacción y por ende un mayor calidad del trabajo producido.

Además, es muy interesante tener claro el retorno de la inversión que se puede tener a corto plazo, como se refleja al final del capítulo 4.

*Como **conclusión final**, estamos en un mundo colaborativo y social y las empresas tienen que adaptar y aprovechar esta corriente, para que no exista una brecha digital entre ambos mundos.*



*Existen muchas empresas que darán una buena solución de RSC, pero el éxito no es sólo cosa de la tecnología sino también de una **gestión al cambio** exitosa que se realice.*

Las empresas tienen que perder el miedo a este tipo de soluciones, ya que los beneficios son enormes.



Glosario

| | |
|---------|---|
| AES | <i>Advanced Encryption Standard</i> |
| AWS | <i>Amazon Web Services</i> |
| API | <i>Application Programming Interface</i> |
| APPS | <i>Aplicaciones</i> |
| BI | <i>Business Intelligence</i> |
| BDD | <i>Base De Datos</i> |
| BBS | <i>Bulletin Board Systems</i> |
| CEO | <i>Chief Executive Officer</i> |
| CMS | <i>Content Management System</i> |
| CPD | <i>Centro de Procesamiento de Datos</i> |
| CRM | <i>Customer relationship management</i> |
| CSS | <i>Cascading Style Sheets</i> |
| DHE_RSA | <i>Diffie-Hellman_Rivest, Shamir y Adleman</i> |
| ERP | <i>Enterprise resource planning</i> |
| ESN | <i>Enterprise social network</i> |
| HD | <i>High Definition</i> |
| IEC | <i>International Electrotechnical Commission</i> |
| IOS | <i>iPhone/iPod/iPad Operating System</i> |
| ISO | <i>International Organization for Standardization</i> |
| IT | <i>Information Technology</i> |
| ITIL | <i>Information technology infrastructure library</i> |
| IVA | <i>Impuesto sobre el Valor Añadido</i> |
| KPI | <i>Key Performance Indicator</i> |
| LAN | <i>Local Area Network</i> |
| LDAP | <i>Lightweight Directory Access Protocol</i> |
| MF | <i>Microsoft</i> |
| NSA | <i>National Security Agency</i> |
| PMI | <i>Project Management Institute</i> |
| QA | <i>Quality Assurance</i> |
| ROI | <i>Return on investment</i> |
| RS | <i>Red Social</i> |
| RSC | <i>Red Social Corporativa</i> |
| SaaS | <i>Software as a Service</i> |
| SHA | <i>Secure Hash Algorithm</i> |
| SMS | <i>Short Message Service</i> |
| SO | <i>Sistema Operativo</i> |



| | |
|------|--------------------------------|
| SPOC | <i>Single Point of Contact</i> |
| SSL | Secure Sockets Layer |
| SSO | Single sign-on |
| TCO | <i>Total Cost of Ownership</i> |
| UI | <i>User Interface</i> |
| WAN | <i>Wide Area Network</i> |



Referencias

1. Breve historia de las redes *sociales*. Disponible [Internet]:
<<http://www.marketingdirecto.com/actualidad/social-media-marketing/breve-historia-de-las-redes-sociales/>> [8 de agosto 2014]
2. Vídeo: Érase una vez... las redes sociales. Disponible. [Internet]:
<https://www.youtube.com/watch?v=g5vHlAgbZg8&list=TLyIpvHMh1CccJbFM21uKB241ml_aRPpL2> [8 de agosto 2014]
3. Imagen: Fusiones y compras en el mercado del social media. Disponible. [Internet]:
<http://i.zdnet.com/blogs/the_social_media_acquisition_solar_system.png> [8 de agosto 2014]
4. The Enterprise technologies to watch in 2014. [Internet]:
<http://www.zdnet.com/the-enterprise-technologies-to-watch-in-2014-7000026899/> [8 de agosto 2014]
5. Podio. Disponible [Internet]:
<<http://www.citrix.es/products/podio/overview.html>> [8 de agosto 2014]
6. IBM Connections. Disponible [Internet]:
<<http://www03.ibm.com/software/products/es/conn>> [8 de agosto 2014]
7. Jive. Disponible [Internet]:
<<http://www.jivesoftware.com/>> [8 de agosto 2014]
8. Microsoft .NET. Microsoft Disponible [Internet]:
<<http://www.microsoft.com/es-es/default.aspx>> [8 de agosto 2014]
9. Yammer. Disponible [Internet]:
<<https://www.yammer.com>> [8 de agosto 2014]



10. Newswator social site. Disponible [Internet]:
<<http://www.sitrion.com/>> [8 de agosto 2014]
 11. Chatter. Disponible [Internet]:
<<http://www.salesforce.com/es/chatter/overview/>> [8 de agosto 2014]
 12. Socialcast. Disponible [Internet]:
<<http://socialcast.com/>> [8 de agosto 2014]
 13. Zyncro. Disponible [Internet]:
<<https://www.zyncro.com/>> [8 de agosto 2014]
-
- (1). Altimeter Group. Altimeter Report: Making The Business Case for Enterprise Social Networks. Página 3. Disponible [Internet]: <<http://www.altimetergroup.com/2012/02/making-the-business-case-for-enterprise-social-networks/>> [8 de agosto 2014]
 - (2). El Método Zyncro. Disponible [Internet]: <<http://metodo.zyncro.com/>> [8 de agosto 2014]
 - (3). Social Media. Disponible [Internet]: <<http://www.gartner.com/technology/topics/social-media.jsp>> [8 de agosto 2014]
 - (4). Las Redes Sociales Corporativas mejoran la productividad. Disponible. [Internet]: <<http://www.empleoyemprendedores.com/2014/05/06/desmontando-mitos-las-redes-sociales-corporativas-mejoran-la-productividad/>> [8 de agosto 2014]
 - (5). Los 5 mitos de las Redes Sociales Corporativas. Disponible. [Internet]: <<http://www.expansion.com/blogs/lideres-digitales/2013/06/12/los-5-mitos-de-las-redes-sociales.html>> [8 de agosto 2014]
 - (6). The Social Media ROI. Disponible. [Internet]: <<http://es.slideshare.net/Goodbuzz/altimeter-social-roi-report>> [8 de agosto 2014]
 - (7). Amazon. Disponible. [Internet]: <<http://aws.amazon.com/es/s3/>> [8 de agosto 2014]
 - (8). Magic quadrant Gartner. Disponible [Internet]: <<http://www.jivesoftware.com/why-jive/resources/analyst-reports/gartner-magic-quadrant/>> [8 de agosto 2014]
 - (9). ¿Por que Jive?. Disponible [Internet]: <<https://community.jivesoftware.com/docs/DOC-11838>> [8 de agosto 2014]



- (10). Crecimiento de sharepoint. Disponible [Internet]:
<http://bits.blogs.nytimes.com/2009/08/07/microsofts-sharepoint-thrives-in-the-recession/?_php=true&_type=blogs&src=twit&twit=nytimesbits&_r=0> [8 de agosto 2014]
- (11). Compra de Yammer por parte de Microsoft. Disponible. [Internet]:
<http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2012/06/26/actualidad/1340695441_486010.html>] [8 de agosto 2014]

